

Caracterização e Avaliação do Ecoturismo na Ilha da Madeira numa Perspetiva de Desenvolvimento Sustentável

Maria João de Gouveia Abreu Freitas

Mestrado em Gestão do Território

Área de Especialização em Território e Desenvolvimento

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão do Território, área de especialização em Território e Desenvolvimento, realizada sob a orientação científica da Prof^a. Doutora Maria do Rosário Oliveira.

Novembro, 2012

Agradecimentos

Os meus agradecimentos dirigem-se a todos os que colaboraram neste estudo e aos que, de alguma forma, me estimularam no prosseguimento deste trabalho. A orientadora da dissertação é a Prof.^a Doutora Maria do Rosário Oliveira. Apesar da imensa distância atlântica entre a ilha da Madeira e Lisboa, o *skype* permitiu a sua presença em momentos cruciais. Esses contactos clarificaram tantas dúvidas e ajudaram a abrir novas perspetivas onde esbarrava com deceções. Também a sua jovialidade e simpatia serena foram importantes para sentir confiança nas alturas em que vacilava. Os meus agradecimentos por toda a sua disponibilidade, conhecimentos e experiência.

A concretização deste estudo deve-se, essencialmente, aos elementos e Instituições que integram a amostra. Aos turistas, agradeço a colaboração compenetrada e em contextos, muitas vezes, desconfortáveis. Lembro, sobretudo, as conversas profícuas com alguns deles, sempre centradas no tema e na ilha. Aos guias de natureza e às empresas de animação turística-ambiente, obrigada pela naturalidade com que se submeteram às questões do estudo. Um apreço especial aos Senhores Alcides Teixeira, Emanuel Andrade e Miguel Correia, incansáveis, no modo como permitiram a diversificação dos locais. À Cláudia e ao Rafael Gomes, à Catarina Fagundes e ao Hugo Romano, a minha admiração, como exemplos de empresários conscientes da vida académica. A todas as Câmaras Municipais da ilha da Madeira e à Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes, através da Direção Regional do Turismo, os meus sinceros agradecimentos pela disponibilidade demonstradas.

Os meus amigos, colegas de profissão e a minha escola, foram preponderantes no apoio de que tantas vezes precisei. Deixo um registo especial de amizade à Manuela Antunes, por tudo e em especial pelo cuidado científico que teve na tradução dos questionários para a língua francesa. À Lúcia Faria, por tudo e pelo estímulo incansável ao longo de todo este meu percurso. À Céu Vilela, pela sua autenticidade.

À minha Mãe agradeço o seu apoio incondicional e os seus sacrifícios. Aos meus irmãos, Paulo e Filipe, o reconhecimento pela sua bondade. Ao meu Pai e à Tia Adília, a lembrança de como eram extraordinários. À Tia Mariete e à minha Sogra, agradeço a confiança com que sempre me olharam. Ao Duarte, não há palavras que possam exprimir tamanha gratidão e aos nossos filhos, Francisco e Beatriz, o meu muito obrigada.

Caracterização e Avaliação do Ecoturismo na Ilha da Madeira numa Perspetiva de Desenvolvimento Sustentável

Characterization and Evaluation of Ecotourism in Madeira Island in a Sustainable Developmental Perspective

Maria João de Gouveia Abreu Freitas

Resumo

É, hoje, consensual que o ecoturismo está fundeado em três pilares: a natureza, a educação/aprendizagem e a sustentabilidade. Os objetivos centrais deste estudo foram (1) caracterizar o ecoturismo na ilha da Madeira e (2) avaliar o impacto do ecoturismo no desenvolvimento sustentável da ilha da Madeira.

A amostra foi constituída por 1014 turistas, 44 guias, 32 empresas de animação turística-ambiente e a totalidade das Câmaras Municipais (CM) da ilha da Madeira. A Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes (SRCTT) foi alvo de estudo. Paralelamente, foram analisados os sítios eletrónicos de 16 empresas de animação turística-ambiente, 9 alojamentos com o diploma *Green Key* e examinadas campanhas internacionais de promoção do destino Madeira, no período 2007-2011.

Os três primeiros motivos das viagens à natureza foram ‘sossego e tranquilidade’ (22,2%), ‘beleza das paisagens’ (21,8%) e ‘contacto com a natureza’ (15,5%). A ‘educação ambiental prévia’ ocorreu em apenas 2,1% dos turistas. O local de interesse turístico baseado na natureza, mais visitado, foi as ‘levadas’ (90,6%). Cerca de metade dos turistas relataram que o impacto da atividade no ambiente local foi discreto. Apenas 31,4% dos turistas reportaram que contribuíram para a conservação/preservação do meio ambiente e 29,2% estavam disponíveis para pagar uma sobretaxa. Quanto maior foi o número de visitas dos turistas a ambientes naturais, menor foi a disponibilidade de pagar uma sobretaxa (razão de risco relativo [RRR] = 1,044), nas categorias ‘nenhuma’ versus ‘não sei’. Quanto mais elevado foi o estatuto socioeconómico, mais disponíveis estavam os turistas para pagar uma sobretaxa [RRR = 0,599 (categorias ‘disponível’ versus ‘não sei’) e RRR = 0,537, categorias ‘concordo, mas não estou disponível’ versus ‘não sei’)].

A participação voluntária dos guias na conservação/preservação do meio ambiente foi reduzida (apenas 60,5%). A maioria dos turistas (71,0%), guias (58,6%) e empresas de animação turística-ambiente (62,1%) não tinha conhecimento da certificação ambiental do alojamento. O ecoturismo foi identificado por uma CM. Seis CM não possuíam um plano estratégico para o turismo e referiram não existir articulação com a SRCTT. A promoção do destino Madeira baseou-se no seu património natural.

Os resultados demonstraram um ecoturismo minimalista e *soft*, alicerçado nas ‘levadas’ e veredas. A educação ambiental aos turistas e à comunidade local foi discreta e os benefícios económicos gerados com o ecoturismo não foram claros.

Palavras-chave: ecoturismo, desenvolvimento, *stakeholders*, Madeira

Abstract

Today, there is a consensus that ecotourism is anchored on three pillars: nature, education/learning and sustainability. The central purposes of this study were (1) to characterize the ecotourism in Madeira Island and (2) to assess the impact of ecotourism in the sustainable development of the Madeira Island.

The sample comprised 1014 tourists, 44 natural guides, 32 nature-based tour operators and the totality of the municipal towns (MT) of Madeira Island. The Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes (SRCTT) was also a subject of study. In parallel, we analysed the electronic sites of 16 nature-based tour operators, 9 green hotels and examined the international campaigns promoting the destination of Madeira, in the period 2007-2011.

The three first reasons for tripping to nature were the ‘peace and tranquillity/relaxation’ (22.2%), ‘beauty of the landscapes’ (21.8%), and ‘contact with the nature’ (15.5%). The environmental education or learning occurred in only 2.1% of tourists. The most visited nature-based place was the *levada* walks (90.6%). The trekking was the activity most practiced by tourists (70.2%). About half of the tourists reported that the impact of the activity on local environment was discrete. Only 31.4% of tourists reported that contributed to the preservation/conservation of the natural environment and 29.2% to pay a surcharge (willing to pay). The greater the number of visits to natural environments, the greater the probability of tourists reporting ‘no availability’ (relative risk ratio [RRR] = 1,044), in ‘no category’ vs. ‘I do not know category’. The higher the socioeconomic was, the more available were the tourist to pay [RRR = 0,599 (‘available category’ vs. ‘I do not know category’) and RRR = 0,537 (‘I agree, but I’m not available category’ vs. ‘I do not know category’)].

The voluntary participation of the natural guides on the preservation/conservation of the natural environment was low (only 60.5%). Most of tourists (71.0%), natural guides (58.6%) and nature-based tour operators (62.1%) had no knowledge of the environmental certification of accommodation. Ecotourism was only identified by 1 MT. Six MT lacked a strategic plan for tourism and reported that they hadn’t a good coordination with the SRCTT. The promotion of the destination of Madeira was based on their natural heritage.

The results demonstrated a minimalist and soft ecotourism, based on *levada* walks and paths. The environmental education to tourists and local people was small and the benefits generated by ecotourism were not clear.

Keywords: ecotourism, development, stakeholders, Madeira

Índice

1 Introdução

1.1	Justificação e pertinência do estudo	3
1.2	Área de estudo	6
1.3	Objetivos, questões e hipóteses	7
1.4	Estrutura.....	8

2 Revisão da literatura

2.1	Definição de ecoturismo	13
2.2	Ecoturismo e ambiente	18
2.3	Ecoturismo e desenvolvimento sustentável	19
2.4	Ecoturismo e preocupações atuais	21
2.5	Ecoturismo na ilha da Madeira	22

3 Metodologia

3.1	Amostra e delineamento da pesquisa.....	27
3.2	Estrutura dos questionários.....	31
3.2.1	Turistas.....	31
3.2.2	Guias e empresas de animação turística-ambiente	31
3.2.3	Câmaras Municipais e Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes.....	32
3.3	Aplicação dos questionários e aspetos organizativos gerais.....	32
3.4	Análise dos sítios de empresas de animação turística-ambiente e dos alojamentos hoteleiros com ‘Chave Verde’ e de campanhas internacionais de promoção do destino Madeira	36
3.5	Análise dos dados e procedimentos estatísticos	36

4 Resultados

4.1	Turistas, guias e empresas de animação turística-ambiente	41
4.2	Câmaras Municipais da ilha da Madeira	59
4.3	Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transporte	64

4.4	Sítios eletrónicos das empresas de animação turística-ambiente e alojamentos galardoados com a ‘Chave Verde 2012’ e campanhas de promoção do destino Madeira.....	67
4.5	Regressão logística multinominal.....	70
5	Discussão dos resultados	
5.1	Caracterização do ecoturismo na ilha da Madeira.....	75
5.2	O ecoturismo no desenvolvimento sustentável da ilha da Madeira.....	82
5.3	Forças e fraquezas do estudo	88
6	Conclusões	
6	Conclusões.....	91
7	Implicações e recomendações	
7	Implicações e recomendações.....	95
8	Referências bibliográficas	
8	Referências bibliográficas	99
9	Anexos	
A3.1	111
A3.2	133
A3.3	139
A3.4	145
A3.5	151
A4.1	155
A4.2	159

Lista de abreviaturas

APMadeira	Associação de Promoção da Região Autónoma da Madeira
CM	Câmara Municipal
DREM	Direção Regional de Estatística da Madeira
DRF	Direção Regional de Florestas
DRT	Direção Regional do Turismo
ESE	Estatuto socioeconómico
ICC	Intervalo de confiança
INE	Instituto Nacional de Estatística
MLML	Modelo de regressão logística multinominal
OMT	Organização Mundial de Turismo
PNM	Parque Natural da Madeira
PATES	Plano de Ação para um Turismo Europeu mais Sustentável
POT	Plano de Ordenamento Turístico
RRR	Razão de risco relativo
RAM	Região Autónoma da Madeira
SRCTT	Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes
SIET-MAC	Sistema de Indicadores Estatísticos de Sustentabilidade do Turismo da Macaronésia
STATA	<i>Stata Statistical Software</i>
UNESCO	<i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i>

1

Introdução

1 Introdução

1.1 Justificação e pertinência do estudo

O turismo é uma das maiores atividades económicas à escala planetária, muito influente no progresso económico de um país, pela criação de empresas e emprego, construção de infraestruturas e ampliação das exportações (Organização Mundial de Turismo [OMT], 2011a). O panorama do turismo internacional revelou que, em 2011, as chegadas internacionais cresceram 4,6%, em relação ao ano anterior, para um total de 983 milhões de turistas e que a Europa acolheu mais de metade dos turistas (OMT, 2011b).

A ilha da Madeira apresentou uma tendência de crescimento similar às restantes regiões europeias, contrariando a diminuição de turistas registada em 2009 e 2010 (Direção Regional de Estatística da Madeira [DREM], 2011; 2010a; 2009). O turismo é vital na sustentação económica, direta ou indireta, de pequenos territórios insulares (Dehoorne *et al.*, 2010). Caso particular, o da ilha da Madeira, com a variação negativa ou positiva do número de hóspedes entrados e/ou de dormidas a ter um efeito dominó na matriz empresarial e de emprego.

A dependência económica de uma atividade tão volátil e sujeita a constantes mutações constitui uma forte razão para dotar a ilha da Madeira de um modelo estratégico de desenvolvimento da segmentação turística. Tal modelo foi criado pela Secretaria Regional do Plano e Coordenação, através da Direção Regional de Planeamento, para o período 2002-2012, sob a designação de Plano de Ordenamento Turístico (POT), da Região Autónoma da Madeira (RAM) (ver Decreto Legislativo Regional n.º 17/2002/M, de 29 de agosto). O modelo reforça a exploração dos recursos baseados na natureza para diversificar a oferta em paridade com o produto dominante, mais precisamente, o ‘alojamento *resort*, Funchal e paisagem/excursões’. O ecoturismo constitui, assim, uma alternativa de turismo na ilha da Madeira, dotada de variados ambientes naturais, em sintonia com a densa ocupação humana.

O ecoturismo é um segmento do turismo de natureza e, portanto, classificado como turismo ‘verde’ e turismo sustentável. De acordo com a DREM (2006), o projeto conjunto dos arquipélagos da Madeira, Açores e Canárias, designado de ‘Sistema de Indicadores Estatísticos de Sustentabilidade do Turismo da Macaronésia’ (SIET-MAC), reconhece a ambivalência da atividade turística, as vantagens socioeconómicas e as

perturbações significativas, em termos ambientais, culturais e paisagísticas. Assim, propõe o ‘turismo sustentável’ como ‘novas vias de desenvolvimento do próprio turismo’ e como a ‘procura de espaços intactos, em termos ambientais, e com maior integração das características sociais e culturais locais’; contudo, a definição de ecoturismo é complexa e está longe de completa e fechada. A este propósito, Butler (1999) referiu que a definição de ecoturismo nunca será totalmente aceite por todos os intervenientes, porque o seu sucesso reside no facto de ser indefinível e, assim, ser ‘todas as coisas’ para as partes interessadas. Mais recentemente, Beaumont (2011) e Weaver (2008) operacionalizaram a definição de ecoturismo a partir de três critérios fundamentais: a natureza, a aprendizagem e a sustentabilidade.

O ecoturismo é um fenómeno ancorado na procura e na oferta. Ambas, a procura e a oferta, garantem a sustentabilidade das suas práticas nos domínios ambiental, económico e social. Segundo Beaumont (2011) este critério é a peça fulcral de qualquer tipo de turismo e esteve na base da declaração do Ano Internacional do Ecoturismo, pela OMT, em 2002. Dados do Turismo de Portugal (2006) revelaram que 22 milhões de viagens internacionais/ano estavam associadas ao turismo de natureza, na Europa. Neste contexto, a ilha da Madeira tem que olhar o ecoturismo como um segmento importante do turismo internacional. As receitas geradas podem significar oportunidades económicas para os residentes locais e a sua aplicação na educação ambiental e proteção do património natural e cultural. O parque natural, o desporto de aventura responsável e os ‘cenários naturais’ poderiam ser promovidos como ecoturismo.

Os primeiros passos no estudo do turismo, na ilha da Madeira, foram efetuados pela Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes (SRCTT), no âmbito de dois estudos sobre o gasto turístico na Madeira. O primeiro, desenvolvido entre dezembro de 2003 e janeiro de 2004 (Direção Regional do Turismo [DRT], 2004) abordou tópicos como o motivo de viagem, o perfil sociodemográfico e ocupacional do turista, os hábitos de viagem, a caracterização da viagem, o processo de decisão (destinos alternativos; razões de opção pela Madeira), a relação com a Madeira; as impressões gerais, os aspetos positivos e negativos, as áreas em que o turista efetuou a despesa e os gastos. O segundo, similar ao anterior, foi desenvolvido entre 7 de dezembro de 2009 e 4 de janeiro de 2010 (DRT, 2010). A amostra foi composta por 1663 turistas. Os dados foram recolhidos, via questionário autoadministrado, na sala de

embarque do Aeroporto da Madeira. Entre os resultados destacaram-se os seguintes: (1) motivações da viagem à Madeira - contato com a natureza (34,0%) e o sol e mar (21,0%); (2) perfil sociodemográfico e ocupacional – proporção similar entre homens (56,0%) e mulheres (44,0%); média de idade entre os 50 e os 55 anos; rendimentos elevados; formação superior; (3) caracterização da viagem à Madeira – aquisição preferencial pela internet; (46,0%); informação sobre a Madeira através da internet; passear de automóvel pela ilha e nas ‘levadas’; duração média da estada 8,42 noites; (4) processo de decisão de compra da viagem – escolha da Madeira devido ao clima/tempo, natureza/paisagem e à recomendação de familiares e amigos; (5) relação com a Madeira - 1ª vez na Madeira (55,0%); maioritariamente portugueses, ingleses e escandinavos; (6) cinco atributos com melhor satisfação: paisagem/natureza, segurança, hospitalidade, alojamento e limpeza; (7) atributos que tornam a marca Madeira conhecida – natureza, clima, vinho e gastronomia, cultura e história, pessoas, outros atributos, turismo e personalidades.

Mais recentemente, Fernandes (2012) analisou o mercado dos trilhos pedestres, na ilha da Madeira, com particular destaque para as motivações e interesses dos caminhheiros, numa amostra de 110 indivíduos. As principais motivações estavam relacionadas com a natureza e com a prática de atividade ao ar livre, mais exatamente, caminhar e conhecer novas paisagens.

A presente pesquisa é paralela às primeiras investigações, em ‘ecoturismo’, na ilha da Madeira. Foi nosso objetivo envolver turistas, guias de natureza, empresas de animação turística-ambiente e órgãos de administração local e regional. Paralelamente, analisamos as campanhas de promoção do destino Madeira, os sítios eletrónicos das empresas de animação turística-ambiente e dos alojamentos com certificação ambiental. Os resultados poderão ser utilizados na (1) promoção, *marketing*, e comercialização do destino Madeira e produtos turísticos afins, (2) dotação dos órgãos de administração local e regional de uma ferramenta para avaliar o impacto de cada segmento turístico no tecido económico, e (3) definição de um ponto de partida para estudos mais vastos e, simultaneamente, mais profundos sobre esta área do conhecimento.

1.2 Área de estudo

A ilha da Madeira é a maior do arquipélago português atlântico com o mesmo nome. Localiza-se a sudoeste do território continental de Portugal, a 978Km de Lisboa, entre os paralelos 32° 38'N e 32° 52'N e os meridianos 16° 39'W e 17° 16'W (Figuras 1.1 e 1.2). A sua superfície de 758,5Km², de origem vulcânica, apresenta uma variação de altitude entre o nível médio das águas do mar e os 1862m, no Pico Ruivo, em pleno Maciço Vulcânico Central. É uma ilha temperada e oceânica, com o relevo a influenciar os climas locais pela altitude e pela exposição das vertentes à radiação solar (Quintal, 2007).

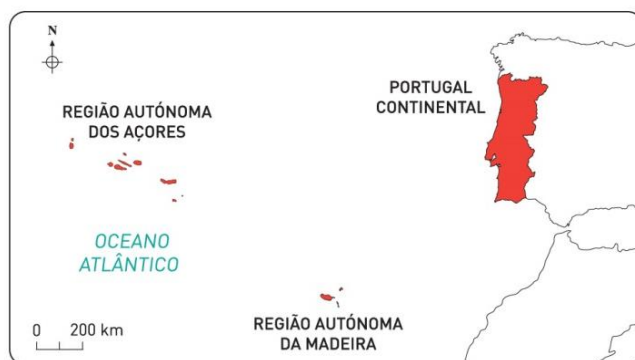


Figura 1.1 Território Nacional



Figura 1.2 Arquipélago da Madeira

Fonte: Gomes *et al.* (2012).

A ilha está dividida administrativamente em 10 concelhos e integra a região biogeográfica da Macaronésia, conjuntamente com os arquipélagos dos Açores, Canárias e Cabo Verde (Quintal, 2007). A importância da sua biodiversidade reflete-se num Parque Natural que abrange cerca de dois terços da ilha, três reservas naturais e onze áreas protegidas associadas à Rede Natura 2000 (Parque Natural da Madeira [PNM], 2012). A floresta natural da Madeira, a Laurissilva, ocupa uma importante área do território da ilha (cerca de 22%) e está classificada como Património Mundial da UNESCO, desde 1999 (Direção Regional de Florestas [DRF], 2011) e como Reserva Biogenética do Conselho da Europa.

A ilha da Madeira é densamente povoada e a sempre desigual distribuição da população residente acentuou-se na última década, com o sul a registar um crescimento de 92,5% para 93,8%, entre 2001 e 2011. O norte da ilha, em toda a extensão dos seus três concelhos, perdeu globalmente 9,5% da população residente (Instituto Nacional de Estatística [INE], 2011; 2001).

A terciarização da economia regional é extrema, com cerca de 71,1% da população ativa no sector dos serviços (DREM, 2010b). Assim, numa ilha turística, é de esperar que os empregados que ocupam postos de trabalho diretos e indiretos, relacionados com a atividade, atinjam valores elevados. A atividade turística, no ano de 2011, acompanhou a tendência mundial com acréscimos de 11,5% nos proveitos totais e dormidas nos estabelecimentos hoteleiros (DREM, 2011).

O fenómeno do turismo é muito antigo na ilha. Nos séculos XVIII e XIX as qualidades climáticas da Madeira eram julgadas terapêuticas de doenças pulmonares que grassavam na época, atraindo abastados europeus. Foi um fluxo importante de turismo de saúde e também de turismo científico. O século XX estabelece o turismo como um dos principais pilares da economia regional. O clima mantinha-se como atributo da ilha da Madeira e a natureza foi claramente valorizada nos motivos dos turistas. A intensificação dos fluxos turísticos, para a ilha, aconteceu a partir de meados do século XX, por via do desenvolvimento das infraestruturas de transportes aéreos e marítimos (Estudante, 2011a,b).

1.3 Objetivos, questões e hipóteses

A inexistência de um estudo multidisciplinar na área do ecoturismo, na ilha da Madeira, envolvendo turistas, guias de natureza, empresas de animação turística-ambiente, órgãos de administração local e regional, campanhas de promoção do destino Madeira e análise dos sítios eletrónicos de empresas de animação turística-ambiente e dos alojamentos hoteleiros com ‘Chave Verde’, conduziu-nos a dois objetivos gerais: (1) caracterizar o ecoturismo na ilha da Madeira e (2) avaliar o impacto do ecoturismo no desenvolvimento sustentável da ilha da Madeira. Sobre estes, emergem os objetivos específicos seguintes: (1.a) identificar os recursos e influências que possam determinar a procura de iniciativas de ecoturismo; (1.b) clarificar o conceito de ‘ecoturismo’ na ilha da Madeira; (1.c) caracterizar as iniciativas de ecoturismo em curso; (1.d) elaborar uma

análise comparativa entre o ecoturismo e outras tipologias de turismo relevantes na ilha; (2.a) avaliar as iniciativas de ecoturismo em curso na ilha da Madeira, numa perspetiva de desenvolvimento sustentável; e (2.b) identificar as potencialidades e oportunidades para atenuar as disparidades sul-norte da ilha e cidade do Funchal-campo (meio rural).

As questões centrais subjacentes a esta pesquisa são assim formuladas:

- 1^a Qual é o significado que o ecoturismo assume na ilha da Madeira, as suas dimensões e os impactos no desenvolvimento sustentável da ilha?
- 2^a Qual é o contributo do ecoturismo na diversificação da oferta turística na ilha da Madeira?

Decorrente dos objetivos e das questões centrais são formuladas duas hipóteses:

- 1^a O ecoturismo na ilha da Madeira é baseado em atividades na natureza, mais precisamente, em paisagens com domínio de fatores naturais, ‘levadas’ e veredas.
- 2^a A educação ambiental aos turistas e à comunidade local é reduzida e os benefícios económicos gerados pelo ecoturismo são significativos para a ilha da Madeira.

1.4 Estrutura

O presente estudo está estruturado em 9 capítulos. O capítulo 1 é a presente introdução. A justificação e pertinência da pesquisa, a área de estudo e os objetivos, questões e hipóteses são apresentados. O capítulo 2 incide sobre a revisão da literatura. Procede-se à definição de ecoturismo e estabelecemos as ligações do ecoturismo ao ambiente, ao desenvolvimento sustentável, às preocupações atuais e à ilha da Madeira. O capítulo 3 aborda a metodologia. A amostra, a estrutura e aplicação dos questionários, a análise dos sítios de empresas de animação turística-ambiente e dos alojamentos hoteleiros com ‘Chave Verde’, o estudo das campanhas internacionais de promoção do destino Madeira e os procedimentos estatísticos, são abordados para um melhor entendimento dos capítulos seguintes. O capítulo 4 apresenta os resultados da presente pesquisa. É dada ênfase aos diferentes *stakeholders*. O capítulo 5 é a discussão. Os resultados são interpretados à luz de outras pesquisas e diferentes perspetivas. São,

também, apresentadas, as vantagens e limitações da presente pesquisa. O capítulo 6 apresenta as conclusões. Para tornar a nossa tarefa mais fácil optamos por ordená-las em termos de significância dos resultados encontrados. As implicações e recomendações são apresentadas no capítulo 7. O capítulo 8 integra as referências bibliográficas. O capítulo 9 apresenta os anexos, mais especificamente, os questionários aplicados aos turistas, guias e empresas de animação turística-ambiente, Câmaras Municipais (CM), SRCTT, e as propostas dos guias e empresas de animação turística-ambiente para tornar a atividade turística, baseada na natureza, mais sustentável.

2 Revisão da literatura

2.1 Definição de ecoturismo

O ecoturismo é, hoje, entendido como um segmento do turismo de natureza que não deixa margem para dúvidas em relação à sua especificidade e, ao mesmo tempo, incapaz de se definir num significado único e universal. O termo, então, tem sido motivo de investigação e de debates em círculos académicos mas também, e por isso, tem servido aos múltiplos interesses interpretativos dos diferentes *stakeholders* e a estratégias políticas a várias escalas.

A criação do termo ecoturismo está atribuída ao ecologista Claus-Dieter Hetzer que, em 1965, num Fórum Internacional em Yucatan no México, apresentou o ecoturismo fundado em quatro pilares: (1) mínimo impacto ambiental; (2) mínimo impacto e máximo respeito sobre a cultura anfitriã; (3) máximo benefício económico para o país de destino; (4) máxima satisfação recreativa para os turistas; contudo, segundo vários académicos (entre outros, Duffy, 2006; Weaver, 2005; Fennell, 2001), a primeira definição de ecoturismo foi concedida a Ceballos-Lascurain na década de 80. Ceballos-Lascurain (2002) defende esse estatuto para si próprio como também de inventor do termo em si. O ecoturismo estava, então, definido como ‘uma forma de turismo baseado na natureza’ [ver também Weaver (2005)].

Numa abordagem conceptual de ecoturismo, Orams (1995) referiu que esta ‘invenção’ foi uma resposta aos impactos negativos gerados pelo turismo de massas sobre as áreas naturais. Interpreta o ecoturismo como um paradigma contínuo e limitado por dois extremos irrealistas: num lado, qualquer tipo de turismo tem efeitos negativos no ambiente natural; no oposto, o Homem é visto como organismo vivo cujos comportamentos são naturais e, por isso, sem qualquer obrigação ou responsabilidade sobre os outros seres vivos. De acordo com o autor, não há diferença entre ‘ambiente natural’ e o ‘homem faz o ambiente’ e, assim, todo o turismo é ecoturismo. Não obstante, admite a classificação de ‘ecoturismo de elevada responsabilidade humana’ (ecoturismo ativo e a contribuir para melhorar o ambiente natural) e ‘ecoturismo de baixa responsabilidade humana’ (abordagem passiva, em que os ecoturistas devem ser simplesmente discretos, minimizando os impactos negativos sobre a natureza).

Lawrence *et al.* (1997) entendem que não importa definir com exatidão o ecoturismo e sublinham que o ecoturismo tem como propósito central ir além do lucro.

O ecoturismo foi descrito como ‘uma viagem no meio natural ou em culturas indígenas de uma região, onde é esperado o respeito e a proteção dessa natureza e dessas culturas’. Mas o ecoturismo é uma dualidade de força e fraqueza: força, na medida que se diferencia das formas de consumo de turismo tradicionais; fraqueza, por criar tensão com o lucro.

Mais recentemente, Weaver (2005) classifica um produto de ecoturismo a partir de três critérios: (1) ser baseado na natureza; (2) estar focado na promoção de oportunidades de aprendizagem; e (3) ser gerido de forma a maximizar os resultados sobre a sustentabilidade ambiental e sociocultural, onde se inclui os benefícios para as comunidades autóctones. Ainda, segundo Weaver (2005), a definição de ecoturismo aviva a importância de o associar às atrações culturais. A oportunidade de aprender e de experimentar é o critério que melhor diferencia o ecoturismo de outros produtos turísticos baseados na natureza, todos eles fundamentados no ambiente natural mas com motivações tão díspares como, por exemplo, o relaxamento, o prazer e a procura de emoções fortes.

Sobre os dois primeiros critérios propostos por Weaver (2005), Tisdell e Wilson (2005) apresentam, como ponto de vista dominante, a educação ambiental associada à experiência resultante da interação do turista com a vida selvagem e o contributo que isso pode implicar nas suas atitudes de pró-conservação e comportamentais. Wang (2010) refere que a educação no ecoturismo pode resultar na consciencialização de todas as partes interessadas em proteger o ambiente, com pleno respeito pela diversidade biológica e reduzindo ou recusando comportamentos económicos de prazo imediato.

O terceiro critério estabelecido por Weaver (2005), embora controverso, também contribui decisivamente para diferenciar o ecoturismo de outras formas de turismo da natureza. Weaver (2005) refere que não é o princípio da sustentabilidade que é polémico, mas sim a impossibilidade de verificar se uma ação é ‘sustentável’. A este propósito, o autor elucida que ‘qualquer tentativa para avaliar a sustentabilidade exige o conhecimento de indicadores de seleção, o peso a atribuir a cada um deles e os limites e valores de referência a atribuir’. Assim, é extremamente difícil determinar a eficácia de uma avaliação ou de uma monitorização, sobretudo durante longos períodos. Mais ainda, destaca que toda esta problemática é amplificada pela singularidade de cada destino.

Decorrente dos seus três critérios de qualificação do produto ecoturismo, Weaver (2005) propõe dois conceitos de ecoturismo. Um, o ‘minimalista’, que promove um entendimento básico e superficial sobre megafauna ou da megaflore carismática e não pretende a alteração de valores e de comportamento do ecoturista. O outro, o ecoturismo ‘abrangente’, incide sobre os produtos que integram todo um ecossistema e as influências humanas a ele associadas. É uma abordagem holística, que leva a aprendizagens profundas e que se esforça por modificar atitudes e comportamentos dos participantes. Posição similar foi apresentada por Hovardas e Poirazidis (2006). O ecoturismo ‘minimalista’ é inconsequente e sem pretensões de transformar os comportamentos dos visitantes, enquanto a abordagem ‘global’ impõe a compreensão dos ecossistemas e influências humanas associadas. Neste alinhamento, Weaver (2005) ainda define as variantes ‘*soft*’ e ‘*hard*’ do ecoturismo. A primeira caracteriza-se por grande número de participantes, viagens curtas e fisicamente confortáveis. A segunda envolve grupos pequenos de ambientalistas convictos que visitam lugares semidesérticos e inóspitos, onde poucos ou nenhuns serviços estão disponíveis. As viagens, organizadas de forma independente ou através de pacotes exclusivos, são relativamente longas e especializadas, física e mentalmente desafiadoras, procurando fortes interações com o meio ambiente natural. O autor também verifica que, no mundo real, há a conjugação das duas variantes, onde grandes grupos em lugares difíceis e com serviços garantidos combinam com um conteúdo interpretativo e de forte cariz ambientalista.

De acordo com Björk (2007), a utilização do prefixo ‘eco’ tem levantado inúmeras discussões e vários pontos de vista sobre o que se possa entender por ecoturismo. A maioria das definições de ecoturismo descreve o equilíbrio ideal entre os conceitos e os paradoxos da preservação e do desenvolvimento, e são criticadas por serem vagas ou roçarem a utopia; todavia, notou que especialistas e praticantes, na última década do findo milénio, têm tentado apresentá-lo como a alternativa mais viável ao turismo de massas por envolver pequenos grupos, ser restrito na localização e cumpridor dos princípios do turismo sustentável. Genericamente, o ecoturismo está alicerçado em noções de sustentabilidade e de desenvolvimento sustentável. Neste contexto, Björk (2007) defende o modelo de desenvolvimento proposto por agências governamentais norte-americanas, mais especificamente, um modelo assente em 7 questões: (1) Quem são os intervenientes nas políticas de desenvolvimento do

ecoturismo? (2) Quais são os princípios a respeitar no desenvolvimento do ecoturismo? (3) Porque é que instituições privadas e outras querem estar envolvidas? (4) Onde é que se quer o ecoturismo? (5) Quais são as atividades típicas do ecoturismo? (6) Como é que se deve oferecer/proporcionar o ecoturismo? (7) Quais são os resultados pretendidos com o ecoturismo?

Entre o conceito e a operacionalização de ecoturismo são vários os autores que reforçam e estendem as linhas anteriores. Por exemplo, Costa e Costa (2005) alertam para a necessidade de implementar o ecoturismo de acordo com os recursos naturais e infraestruturas existentes e, não menos importante, legitimado pela participação das comunidades locais. Para que isso aconteça, atividades de educação e interpretação ambiental devem ser proporcionadas às populações que, em sintonia com a atividade turística, funcionarão como a escaleta do conhecimento e meio de difusão para conservar/preservar a natureza. Para Ferreira e Chauvel (2006), o ecoturismo é definido como um conjunto de bens e serviços que promove o desenvolvimento das comunidades locais, com particular atenção para a educação, a saúde e a segurança. Nesta linha de pesquisa, Solís (2007) refere que o ecoturismo deverá assentar no aproveitamento dos recursos naturais e no desenvolvimento socioeconómico local sustentável.

A ideia de desenvolvimento sustentável parece suportar os princípios básicos do ecoturismo, nomeadamente, conservação ambiental da área, convivência entre educação ambiental e atividades de ecoturismo e autonomia (Pipinos e Fokiali, 2009). É neste contexto que os mesmos autores referem que o ecoturismo deverá ser centrado nos residentes, uma vez que deles depende a aceitação pública para cooperar na proteção e gestão ambiental. De modo similar, Kontogeorgopoulos e Chulikavit (2010) caracterizam o ecoturismo como um segmento da categoria mais vasta de ‘turismo de natureza’, que é qualquer tipo de turismo que utiliza os recursos naturais. O ecoturismo, tendo a sua origem no foco atrativo da natureza, inclui muito mais, desde a motivação dos turistas, à conduta ética, à conservação e ao impacto sobre a comunidade local. Assim, consideram que é de todo impossível concluir se alguma coisa é ecoturismo, a não ser que se consiga medir os impactos ambientais, a perceção da comunidade e as atitudes e comportamentos dos turistas a muito curto prazo.

Stone e Wall (2003) referem que as expectativas/objetivos que definem o ecoturismo são as seguintes: (1) oferecer experiências turísticas de alta qualidade; (2)

estimular o crescimento económico local e/ou nacional; (3) complementar e diversificar a economia de base; (4) criar benefícios sociais e melhoria das infraestruturas; (5) gerar fundos para a gestão e conservação das áreas naturais; (6) justificar economicamente a proteção das áreas naturais; (7) estimular a preocupação ambiental e apoiar a conservação; e (8) promover a preservação cultural. Sobre esta listagem, Stone e Wall (2003) questionam se, de facto, o ecoturismo tem contribuído para o desenvolvimento sustentável e respetivos impactos socioeconómicos, culturais e ambientais.

Recentemente, Wu *et al.* (2010) apresentaram uma variante de ecoturismo *sui generis*, o ‘ecoturismo urbano’. Áreas densamente povoadas e em territórios limitados procuram encontrar neste novo segmento uma oportunidade de mercado. O ecoturismo urbano continua fiel aos princípios anteriores, embora a dimensão ambiental seja mais evidenciada do que a económica. Todos os nichos naturais, por mais exíguos que sejam, a par do conjunto das espécies de fauna e flora selvagem adaptada ao ambiente urbano podem justificar o desenvolvimento do ecoturismo nesses ambientes saturados de ocupação humana.

Na impossibilidade de definir ecoturismo de forma global, utilizável e abrangente, conforme sublinhado, Björk (2007) identificou quatro dimensões comuns às várias definições: (1) características da área - que aspeto tem a área visitada, (2) comportamento dos turistas - o que os turistas fazem, (3) o objeto em foco - em que tipo de recurso está o turista interessado e (4) os resultados - os efeitos do comportamento dos ecoturistas. O ecoturismo é proposto como uma atividade onde as autoridades, a indústria turística, os turistas e a população local colaboram para tornar possíveis viagens para áreas genuínas com um duplo propósito: (1) admirar, apreciar e estudar a natureza e a cultura, e (2) contribuir para o desenvolvimento sustentável; contudo, o mesmo autor denuncia o fosso entre a teoria dos pensadores e a realidade factual, denunciando os problemas que têm atingido o ecoturismo pela falta de cooperação entre as partes interessadas: (1) incumprimento de benefícios prometidos, (2) pouco ou nenhum desenvolvimento e (3) ausência de uma gestão.

Em suma, hoje o ecoturismo é um segmento indiscutível do turismo de natureza; no entanto, não há um significado único e universal subjacente à definição. E esta carência inquina qualquer pesquisa ou investigação e os respetivos resultados sobre progressos na teorização do conceito e na sua implementação prática e objetiva (Weaver e Lawton, 2007). Termos e expressões como a proteção da natureza/ambiente,

sustentabilidade e desenvolvimento sustentável, respeito e participação pela/da população local, ensino/aprendizagem, promoção de oportunidades e autonomia figuram na delimitação conceptual e operativa de ecoturismo.

2.2 Ecoturismo e ambiente

A primeira base de sustentação do ecoturismo é o meio ambiente natural. A natureza é o ‘rastilho’ do fenómeno explosivo deste segmento específico de turismo a nível mundial.

O crescente número de ecoturistas, nas vertentes *soft* ou *hard*, requerem uma resposta rápida e a larga escala, na capacidade efetiva de transporte por companhias aéreas globais. Sem possibilidades de avaliar o impacto ambiental específico deste segmento de turismo, nos quase 1000 milhões de chegadas de turistas internacionais em 2010 (OMT, 2011a), podemos especular que a sua responsabilidade é significativa face a um aumento anual próximo dos 5%. O ecoturismo depende, então, de operadores internacionais de *tours*. Os consumidores deste segmento de turismo, sobretudo os fundamentalistas, anseiam por locais inóspitos e intocados e isso fica cada vez mais distante num planeta sobrepovoado. Exige uma preparação altamente especializada, muito tempo e longas viagens. E este último fator está a incomodar o pilar da sustentabilidade do ecoturismo, quando a queima de combustíveis fósseis é ainda a principal fonte de energia dos transportes.

Mas o ecoturismo tem sido encarado, também, por alguns especialistas da indústria do turismo como uma oportunidade de crescimento económico que pode equilibrar as atividades de conservação ambiental e promover um ambiente saudável (Lawrence *et al.*, 1997); contudo, este equilíbrio é difícil de atingir quando um destino de ecoturismo entra numa escalada de popularidade, porque ao aumento do número de ecoturistas associa-se o aumento do risco de degradação do ambiente natural. Paralelamente, a pressão da procura conduz a mais infraestruturas de apoio que ocupam bocados da natureza que são o sustento do fenómeno em si e está criado o ciclo vicioso em que muitas vezes cai este segmento de turismo. Por outro lado, os impactos ambientais do ecoturismo ocorrem a dois níveis distintos: (1) a uma escala local, em que o meio ambiente pode ser conservado a pretexto de atrair ecoturistas; e (2) a uma escala global, em que pode ser muito prejudicial, uma vez que os transportes aéreos utilizam

combustíveis fósseis cujas emissões de gases contribuem para o aquecimento global. No entanto, Weaver (2005) lembra que o mais importante, nas questões da ‘sustentabilidade’ e da ‘prática sustentável’, é a contribuição atual do ecoturismo para a melhoria do meio ambiente onde se promove.

Hearn e Santos (2004) consideram o ecoturismo como um exemplo de baixo impacto no meio, ao mesmo tempo que ajuda a suportar os custos de conservação/preservação da própria natureza. Apontam esta simbiose visível e recomendável nos parques naturais e áreas protegidas próximo de centros turísticos e populacionais que funcionam como polos atrativos aos visitantes. O ecoturismo é capaz de providenciar não só atividades recreativas completares à praia e ao turismo cultural como contribuir para a redução do impacto ambiental nos destinos congestionados. Esta posição é corroborada por Hovardas e Poirazidis (2006). A dimensão ambiental do ecoturismo possibilita o apoio financeiro para a conservação da natureza e, consequentemente, aumenta os conhecimentos sobre ela, que podem resultar em educação ambiental e possíveis alterações nos comportamentos dos visitantes. Mok (2005) distingue a importância da relação turismo e ambiente, sobretudo porque o desenvolvimento e a manutenção de um destino turístico dependem da preservação dos recursos atrativos para o sector. Por outro lado, salienta que os mesmos recursos ambientais podem estar sujeitos a uma competição pelo seu uso entre as atividades relacionadas com o turismo e outras atividades económicas, ocasionando conflitos e impactos negativos.

A simbiose ecoturismo/ambiente é reforçada por Bermanian *et al.* (2010), quando defendem que as áreas protegidas ‘representam o maior património que pode ser transmitido às gerações futuras’. O turismo sustentável é o meio mais eficaz para gerir os recursos naturais e humanos de uma forma que satisfaça a economia turística, a oferta social e étnica, mantendo simultaneamente os processos e variedades ecológicas, os sistemas naturais e a solidariedade cultural.

2.3 Ecoturismo e desenvolvimento sustentável

A literatura académica e especializada nos fenómenos do turismo é unânime, ou pelo menos na vasta maioria, em apresentar e defender o ecoturismo como turismo sustentável. O desenvolvimento de um turismo sustentável nos destinos é uma máxima

que não levanta grandes questões, pela capacidade que transmite de preservar a riqueza ambiental, o bem-estar social e o futuro do sector (Simão, 2008). Neste contexto, este autor também corrobora a ideia generalizada que o progresso desta atividade exige a participação de todos os *stakeholders* e assenta, profundamente, nos princípios da sustentabilidade; contudo, avisa que o problema está em decifrar sustentabilidade e, por arrastamento, a própria implementação em termos de desenvolvimento.

A OMT (2011c) define o turismo sustentável como o turismo que responde às necessidades atuais dos turistas e das regiões de acolhimento, enquanto protege e valoriza as oportunidades futuras. Para Liu (2009) esta definição constitui o avanço mais relevante do conceito de desenvolvimento humano, onde se tem a verdadeira consciência das inter-relações homem, natureza e atividades socioeconómicas.

Mok (2005) refere que o desenvolvimento sustentável do sector do turismo, traduzido em melhores desempenhos económico, social e ambiental, deve assentar na gestão adequada da ambivalência ‘turismo/ambiente’ e, em particular, numa conduta de responsabilidade empresarial fortemente orientada para a proteção e administração desse mesmo ambiente.

Para Petrosyan (2010), a sustentabilidade é um estado ou um desenvolvimento onde são considerados três tipos de interesses: (1) o interesse da atual geração em melhorar as suas condições de vida – a sustentabilidade económica; (2) o interesse na igualdade das condições entre ricos e pobres – a sustentabilidade social; e (3) o interesse num ambiente natural intacto e capaz de suportar as necessidades das gerações futuras – a sustentabilidade ecológica.

A este propósito, Hunter (2002) alerta para o facto de o conceito de turismo sustentável ser um apêndice do conceito de desenvolvimento sustentável e, no mesmo sentido, sem definição consensual e universal. Frequentemente é explicado como um objetivo de equilíbrio entre o turismo e o crescimento económico, a proteção ambiental e a satisfação das necessidades, os desejos dos turistas e os das populações locais. Todavia, o problema está em definir, por exemplo, graus de proteção ambiental em relação a determinados impactos. Para Hunter (2002) não é claro se alguns modelos de turismo alternativo são verdadeiramente benignos para o meio ambiente. A este respeito, Butler (1999) assume um posicionamento similar. Ainda Gössling (2002) questiona se será uma contradição o desenvolvimento do turismo sustentável nas

comunidades rurais. A indústria do turismo transnacional, nas suas opções impostas de desenvolvimento, leva à criação de novos polos e, ao mesmo tempo, ao estabelecimento de novas periferias e esta expansão do turismo é insustentável num mundo finito e de muito limitado território.

De acordo com Tsaur *et al.* (2006), a questão central parece residir em como perpetuar o desenvolvimento sustentável num destino de ecoturismo? Para Wang (2010), muitas das situações de desenvolvimento insustentável presentes no ecoturismo têm a sua origem na falta de consciência ambiental e de conhecimento ecológico pelos diferentes agentes turísticos.

2.4 Ecoturismo e preocupações atuais

A pesquisa sobre o ecoturismo tem-se centrado, quase exclusivamente, no segmento de mercado, nos impactos ecológicos sobre o meio natural e vida selvagem e na dependência económica das comunidades nele alicerçadas. Pouco ou nada se tem feito em relação ao controlo de qualidade (Weaver e Lawton, 2007). Neste sentido, os autores consideram urgente encontrar uma definição de ecoturismo, porque só assim será possível assimilar e acumular o conhecimento produzido sobre este tópico, medir e monitorizar no terreno os seus reais impactos. Qualquer análise de evolução exige um ‘ponto de partida’, um antes e um depois que não têm sido possíveis de determinar.

No primeiro congresso e exposição sobre ecoturismo (*Word Ecotour 97*) ficou clara a preocupação com o crescimento explosivo do ecoturismo e a sua procura insaciável. A questão central foi se o ecoturismo é ambientalmente apropriado? A este propósito, Beaumont (2011) denuncia que o mercado do ecoturismo tem sido estruturado apenas com base em dois dos seus princípios fundamentais: a natureza e a aprendizagem. O terceiro, a sustentabilidade, parece ser de teorização meramente académica ou de políticas governamentais. Nestas, a sustentabilidade fica associada à conservação, ao não consumo de vida selvagem e de recursos naturais, ao respeito pela integridade das comunidades locais e aos benefícios para as mesmas.

Gios *et al.* (2006), num estudo de caso de uma região montanhosa na Europa, concluíram que tem ocorrido uma deterioração da paisagem pelo abandono de atividades tradicionais, sobretudo a agricultura. A capacidade de atrair visitantes e

turistas está, assim, posta em causa e eles são indispensáveis como fonte de rendimento e criação de emprego.

Ainda sobre o primeiro pilar do ecoturismo, o mínimo impacto ambiental, Lopes-Gamero *et al.* (2011), baseados nos resultados da Conferência das Nações Unidas sobre as alterações climáticas em 2009, concluem que o turismo, globalmente, tem grande responsabilidade na produção de gases com efeito de estufa. Em paralelo, a indústria hoteleira absorve bens não duráveis locais e importados, energia e água e, em consequência, é grande emissora de dióxido de carbono. E os turistas deslocam-se, alojam-se e consomem, independentemente da tonalidade da cor mais ou menos verde do seu rótulo.

Com as perceções globais e coletivas de que ‘o que é ecológico é que é bom’ e ‘a sustentabilidade é o único caminho’ a aumentarem exponencialmente, parece ser vantajoso que os gestores e políticos tenham a noção das questões ambientais. Um bom negócio e o desenvolvimento sustentável caminham de mãos dadas. Na realidade, o compromisso dos gestores para o desenvolvimento sustentável tem-se revelado uma opção de sucesso a longo prazo e uma fonte competitiva. Mas Weinberg *et al.* (2002) e Hovardas e Stamou (2006) clarificam que o ecoturismo é apontado, por alguns, como um subterfúgio de mercado pelo qual os seus promotores e consumidores aliviam as suas próprias consciências em relação ao meio ambiente. Por outro lado, Stronza e Gordillo (2008) colocam em questão a crença de que os rendimentos e o emprego gerados pelo ecoturismo contribuem, de forma decisiva, para a conservação. Os resultados da sua investigação parecem demonstrar que esta atividade raramente substitui outras atividades destrutivas e é, então, mais um contribuinte para a degradação ambiental.

2.5 Ecoturismo na ilha da Madeira

O turismo é uma atividade com um peso significativo na economia portuguesa, com particular destaque para o Algarve e RAM (Simão, 2008).

As motivações dos turistas estão na base da segmentação do turismo, resultando em vários tipos e na interpretação de produtos turísticos. O ecoturismo é, então, um segmento muito específico de turismo baseado na natureza e classificado, por excelência, de turismo sustentável. A definição/conceito de ecoturismo aplicado à ilha

da Madeira emerge de uma abordagem empírica, em função de experiências pessoais *in loco*, da curiosidade sobre o fenómeno nos locais mais procurados, na preocupação sobre a extrema dependência da ilha em relação a um sector muito mutável e com fortes riscos de autodestruição, e na perceção das suas potencialidades inatas. Também os dados apresentados pelo SIET-MAC (DREM, 2006) e pelos Estudos do Gasto Turístico na Madeira (DRT, 2010; DRT, 2004) revelaram que, ao mesmo tempo que o perfil dos turistas da ilha se tem mantido inalterável (menos jovens, acompanhados pela família e com grau universitário), as motivações da viagem e as razões da opção pela Madeira têm vindo a experimentar sérias mudanças: o motivo sol e mar em declínio a par da ampliação do contacto com a natureza; a natureza/paisagem como única razão da opção com forte crescimento a par da perda de importâncias de todas as outras.

Podemos aferir que o ecoturismo na ilha da Madeira é caracterizado por pequenos grupos, ou visitantes solitários, conscientes e responsáveis na forma como atuam na paisagem, sejam como observadores passivos, praticantes de desportos de aventura ou investigadores. Paralelamente pretende minimizar os impactos ambientais da estada, pelo baixo consumo de recursos naturais e pela diminuta produção de resíduos. São iniciativas muito atentas às tradições genuínas dos lugares, com gosto por experimentar o estilo de vida autóctone e promover aprendizagens sobre o ambiente visitado. É, ainda, gerador de emprego, estimulando a economia e, por isso, o desenvolvimento local.

A operacionalização do conceito incide sobre a oportunidade de aprender e experimentar como facto que diferencia, de forma inequívoca, o ecoturismo de outros segmentos de turismo com base na natureza (Wang, 2010; Weaver, 2005; Tisdell e Wilson, 2005). Também é perceptível a variante híbrida, e talvez mais realista, do ecoturismo *soft* e *hard* identificadas por Weaver (2005), na composição dos grupos e na intensidade da interação com o ambiente natural. Os benefícios socioeconómicos gerados pelo ecoturismo devem ter impacto local, o mais próximo possível dos focos atrativos e sem prejuízo destes, e devem ser o rastilho para o desenvolvimento que se espera sustentável (Solís, 2007; Stone e Wall, 2003).

O ecoturismo na ilha da Madeira pode ser entendido como um segmento da categoria mais vasta do ‘turismo de natureza’ (Kontogeorgopoulos e Chulikavit, 2010). Pretende ser uma experiência turística de elevada qualidade que usufrui do mar, do Parque Natural e dos locais da Rede Natura 2000 que, por isso, representam paisagens e

ambientes equilibrados a par das suas comunidades, que ainda mantêm alguns estilos de vida e atividades tradicionais. Complementa e diversifica a economia do turismo da ilha que assenta, substancialmente, no que o POT da RAM refere como o produto dominante ‘alojamento *resort*, Funchal e paisagens/excursões’ (POT, 2002-2012).

3

Metodologia

3 Metodologia

3.1 Amostra e delineamento da pesquisa

Os dados da presente pesquisa foram recolhidos nos 10 concelhos da ilha da Madeira. A amostra foi constituída por turistas (n = 1014), guias (n = 44), empresas de animação turística-ambiente (n = 32) e CM (n = 10). A SRCTT foi igualmente alvo de aplicação de um questionário. A participação foi voluntária e os elementos/instituições foram informados acerca da natureza do estudo.

O método de amostragem por conveniência foi utilizado para garantir uma adequada composição das amostras dos turistas e guias. A localização geográfica (concelho), o tipo de atividade turística (caminhada, mergulho e observação de cetáceos e aves) e a procura das ‘levadas’/veredas foram os critérios utilizados na definição das amostras dos turistas e guias. As características sociodemográficas dos turistas são apresentadas no Quadro 3.1.

A amostra dos turistas foi composta por 512 elementos do sexo masculino e 502 do sexo feminino. Os turistas que realizavam ‘levadas’/caminhadas foram os mais representados na amostra, seguindo-se os observadores de cetáceos e aves e, finalmente, os praticantes de mergulho. A Alemanha foi o país mais representado e a maioria dos elementos que integravam a amostra tinha 42 anos ou mais e possuía ensino universitário.

Um total de 44 guias, 29 do sexo masculino e 15 do sexo feminino, integram o presente estudo. As características sociodemográficas e profissionais dos guias são apresentadas no Quadro 3.2.

A maioria dos guias tinha idades compreendidas entre os 26 e os 55 anos, residia na RAM e possuía formação universitária. Destes profissionais, 20 (54,1%) tinham o curso de guia de montanha, 22 (57,9%) trabalhavam há 10 anos ou menos e 24 (58,5%) eram *freelancers*.

Trinta e duas empresas de animação turística-ambiente, ou seja, 57,1% do total de empresas certificadas pela SRCTT, foram inquiridas na presente pesquisa. O ano de alvará, a localização, a atividade principal, e o número, origem e formação académica dos colaboradores são apresentados no Quadro 3.3.

Quadro 3.1 Caraterização sociodemográfica dos turistas.

Variáveis sociodemográficas	Frequência	
	n	%
Amostra (n = 1014)		
Sexo masculino		
Caminhadas	414	40,8
Observação de cetáceos	41	4,0
Observação de aves	28	2,8
Mergulho	29	2,9
Total	512	50,5
Sexo feminino		
Caminhadas	428	42,2
Observação de cetáceos	59	5,8
Observação de aves	3	0,3
Mergulho	12	1,2
Total	502	49,5
Idade (anos)		
18-25	49	4,8
26-41	193	19,0
42-55	355	35,0
≥56	417	41,1
País de origem (n = 1011)		
Alemanha	324	32,1
França	239	23,6
Portugal	65	6,4
Região Autónoma da Madeira	20	2,0
Região Autónoma dos Açores	3	0,3
Continente	42	4,2
Reino Unido	110	10,9
Outros		
Europeus	250	24,7
Não europeus	23	2,3
Habilitações literárias (n = 979)		
Ensino básico	51	5,2
Ensino secundário/curso tecnológico/especialização	356	36,3
Bacharelato/licenciatura	251	25,7
Pós-graduação/mestrado	255	26,1
Doutoramento	66	6,7

A maioria das empresas de animação turística-ambiente foi constituída entre 2000 e 2010. A quase totalidade encontrava-se sediada no Funchal. Catorze (43,8%) estavam vocacionadas para as caminhadas e apresentavam 1 a 4 colaboradores, maioritariamente da RAM. Vinte deles tinham formação universitária nas áreas do ambiente, gestão e turismo. Dezoito possuíam cursos de guia de montanha, 6 de mergulho e 1 era ornitólogo.

Quadro 3.2 Caracterização sociodemográfica e profissional dos guias.

Variáveis sociodemográficas	Frequência	
	n	%
Sexo (n = 44)		
Masculino	29	65,9
Feminino	15	34,1
Idade (n = 41)		
18-25	2	4,9
26-41	19	46,3
42-55	14	34,2
≥56	6	14,6
País de origem (n = 44)		
África do Sul	1	2,3
Alemanha	1	2,3
Áustria	1	2,3
Bélgica	1	2,3
França	2	4,6
Portugal		
Continental	2	4,6
Região Autónoma da Madeira	36	81,8
Habilitações literárias (n = 38)		
Básica	8	21,1
Secundária	14	36,8
Universitária	16	42,1
Situação profissional		
Designação (n = 37)		
Guia do mar	5	13,5
Guia de montanha	20	54,1
Guia turístico	7	18,9
Outras		
Biólogo	1	2,7
Empresário	2	5,4
Gestão do desporto	1	2,7
Ornitólogo	1	2,7
Anos de experiência (n = 38)		
≤5	10	26,3
6-10	12	31,6
11-15	6	15,8
16-20	4	10,5
21-25	2	5,3
26-30	2	5,3
≥31	2	5,3
Categoria (n = 41)		
Contratado	6	14,6
Efetivo	11	26,8
<i>Freelancer</i>	24	26,8

Quadro 3.3 Caracterização das empresas de animação turística-ambiente.

Perfil	Frequência	
	n	%
Ano do alvará (n = 21)		
<2000	1	4,8
2000-2004	6	28,6
2005-2009	8	38,1
≥2010	6	28,6
Sede (n = 32)		
Calheta	2	6,3
Funchal	23	71,9
Machico	1	3,1
Santa Cruz	5	15,6
Outra		
Funchal e Santa Cruz	1	3,1
Atividade principal (n = 32)		
Caminhadas [†]	14	43,8
Mergulho	4	12,5
Observação de aves	1	3,1
Observação de cetáceos	9	28,1
Sem relevância	4	12,5
Colaboradores (n = 32)		
Dimensão		
≤4	15	46,9
5-9	10	31,3
10-14	4	12,5
15-19	1	3,1
≥20	2	6,3
Colaboradores (n = 32)		
País de origem		
Portugal		
Região Autónoma da Madeira	31	96,9
Continente	8	25,0
Estrangeiros	15	46,9
Formação		
Universitária		
Ambiente	5	15,6
Gestão	6	18,8
Turismo	9	28,1
Especializada		
Guia de montanha	18	56,3
Mergulho	6	18,8
Ornitólogo	1	3,1
Staff		
Apenas universitário	3	9,4
Apenas especializado	12	37,5
Ambos	16	50,0
Nenhum	1	3,1

[†]Inclui atividades similares como, por exemplo, *jeep safaris*, equitação turística e desportos radicais.

A totalidade das CM da ilha da Madeira foi inquirida na presente pesquisa, nomeadamente: CM da Calheta, CM de Câmara de Lobos, CM do Funchal, CM de Machico, CM da Ponta do Sol, CM do Porto Moniz, CM da Ribeira Brava, CM de Santa Cruz, CM de Santana e CM de São Vicente.

3.2 Estrutura dos questionários

3.2.1 Turistas

O questionário ao turista está estruturado em 4 grupos, com um total de 35 itens (Anexo A3.1). O primeiro grupo de questões incide sobre o perfil demográfico e socioeconómico. O segundo identifica o padrão do turista e a razão pela opção ‘ilha da Madeira’. O terceiro avalia a atividade do turista e a noção de espaço. O último grupo recai sobre o alojamento, nomeadamente, a tipologia, a localização, a opção de escolha e o rótulo ecológico certificado. As respostas são do tipo ‘fechada’ e/ou ‘semiaberta’ (itens de seleção), à exceção de uma (item de construção). Os itens de seleção são de escolha múltipla, alguns deles exigindo a ordenação de cinco opções. O questionário em português foi traduzido para língua alemã, francesa e inglesa, por doutorados e/ou licenciados da Universidade da Madeira e/ou da Escola Básica dos 2.º e 3.º Ciclos Dr. Horácio Bento de Gouveia.

A construção do questionário teve por base os trabalhos desenvolvidos por Van der Merwe *et al.* (2011), Chen e Chen (2010), Kontogeorgopoulos e Chulikavit (2010), Logar (2010), Reddy (2008), Pipinos e Fokiali (2009), Weaver (2005) e Awaritefe (2003); o ‘Plano de Ação para um Turismo Europeu mais Sustentável’ (PATES) (PATES, 2007); os trabalhos da empresa ‘Executive Brief GConsulting’ para a SRCTT (DRT, 2005); os relatórios do ‘Estudo do Gasto Turísticos – Madeira’ (DRT, 2010; 2004); e o projeto SIET-MAC (DREM, 2006).

3.2.2 Guias e empresas de animação turística-ambiente

O questionário ao guia está estruturado em questões de resposta ‘fechada’ e/ou ‘semiaberta’ (itens de seleção), à exceção de uma (item de construção). O questionário é composto por 11 grupos, totalizando 32 itens (Anexo A3.2). Genericamente, as questões incidem sobre o perfil demográfico e socioeconómico, os clientes, a atividade, a

conservação/preservação do ambiente, a certificação ambiental da empresa e o rótulo ecológico. O questionário às empresas de animação turística-ambiente é similar ao dos guias e está estruturado em 13 grupos, num total de 36 itens (Anexo A3.3). As adaptações são respeitantes ao perfil empresarial e ao empenho na publicidade e *marketing*. Ambos, os questionários aos guias e às empresas de animação turística-ambiente, integram uma questão sobre o contributo da empresa para o desenvolvimento sustentável da ilha da Madeira.

3.2.3 Câmaras Municipais e Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes

O questionário às CM é constituído por 21 itens (Anexo A3.4) e adaptado aos planos estratégicos de turismo, específicos por concelho (POT, 2002). Paralelamente procura-se inventariar os recursos endógenos, conhecidos e não conhecidos, e entender a oferta ecoturística. O questionário à SRCTT é composto por 17 itens (Anexo A3.5). As primeiras questões abordam o impacto económico do turismo que se pratica, a estratégia delineada e a implementação local. As questões seguintes concentram-se no ecoturismo na ilha da Madeira, campanhas associadas, princípios a respeitar e mais-valias resultantes, e rótulos ecológicos. Os dois, os questionários às CM e à SRCTT, apresentam exclusivamente itens de construção de resposta restrita e de resposta extensa.

3.3 Aplicação dos questionários e aspetos organizativos gerais

Os questionários foram aplicados aos turistas, aos guias e às empresas de animação turística-ambiente, pela autora do presente estudo e por um docente da Universidade da Madeira. O questionário ao turista foi alvo de um pré-teste em quatro indivíduos de nacionalidade inglesa, no Largo da Fonte, freguesia do Monte, concelho do Funchal, junto ao teleférico do Jardim Botânico, no dia 26 de fevereiro de 2012. O tipo, a forma e a ordem das perguntas incluídas no ‘projeto de questionário’ foram testados. Face às dúvidas dos inquiridos e às respostas obtidas foram efetuadas as alterações seguintes: (1) à questão 3.1 foi adicionada ‘uma ou mais opções’; (2) às questões 3.4, 3.5, 3.9 e 5.5 foi melhorada a tradução para a língua inglesa; e (3) à questão 4 alterou-se a ordem das opções, mais precisamente, o turismo de natureza.

Os questionários foram aplicados aos turistas e aos guias, em vários locais da ilha, a meio ou no fim do percurso/atividade, na forma autoadministrada, e sempre na presença de um ou dos dois elementos que procederam à recolha dos dados. A seleção dos locais teve em atenção a representatividade da ilha da Madeira e as ‘levadas’/veredas definidas pela SRCTT – DRT. As áreas cobertas pela presente pesquisa integram o PNM, a Rede Natura 2000, o Maciço Vulcânico Central, a Floresta Laurissilva e áreas protegidas marítimas. A recolha de dados realizou-se aos dias de semana, fins de semana, feriados e dias santos. Os turistas foram abordados aleatoriamente, em pequenos grupos com guias e àqueles que realizavam os percursos/atividade sem guia. Os questionários aos turistas e aos guias requeriam cerca de 15 a 20 minutos para o seu preenchimento. O número de recusas foi reduzido e não foi contabilizado. Os turistas e guias respondiam às questões que entendessem e poderiam desistir a qualquer momento. A recolha de dados teve lugar entre os meses de março e agosto de 2012. A Figura 3.1 procede à representação cartográfica dos locais de aplicação dos questionários aos turistas e guias.

O questionário às empresas de animação turística-ambiente foi aplicado em forma de entrevista por um dos elementos da equipa de campo. Os questionários às CM foram enviados por correio eletrónico e autoadministrados. Duas exceções foram observadas nas CM da Calheta e de Machico, nas quais os questionários foram aplicados em forma de entrevista pela responsável da presente pesquisa. A SRCTT – DRT preencheu o questionário via autoadministração.

Ao longo do trabalho experimental realizou-se uma segunda aplicação do questionário, a uma subamostra de 56 turistas, 25 homens e 31 mulheres, com um intervalo de 24-48 horas, para aferir a concordância de resposta e, consequentemente, a fiabilidade no preenchimento do questionário. Os locais relativos à 2ª aplicação dos questionários foram: ‘Casa do Sardinha (Ponta de S. Lourenço)’, ‘Paul do Mar (Jardim do Mar/Prazeres)’, ‘Terra Baptista (Levada Nova/Porto da Cruz)’, e ‘Encumeada (Pico Ruivo/Achada do Teixeira)’. Os coeficientes kappa (κ) são apresentados no Quadro 3.4.

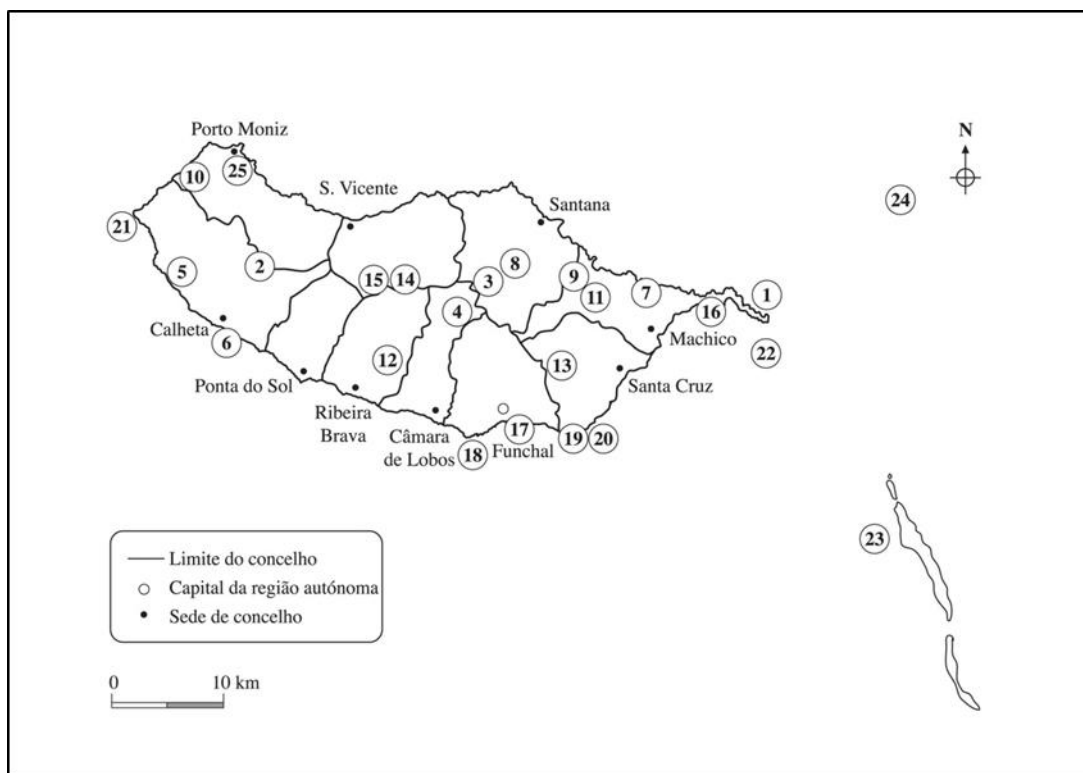


Figura 3.1 Locais de aplicação dos questionários a turistas, guias e Câmaras Municipais.

1, Casa do Sardinha (Ponta de S. Lourenço); 2, 25 Fontes (Paul da Serra/Rabaçal/Caldeira); 3, Pico Ruivo (Pico Areeiro/Achada do Teixeira); 4, Curral das Freiras (Eira do Serrado); 5, Paul do Mar (Jardim do Mar/Prazeres); 6, Marina da Calheta (mar Calheta/Ponta do Sol); 7, Boca do Risco (Machico/Porto da Cruz); 8, Queimadas (Caldeirão Verde/Caldeirão do Inferno); 9, Terra Baptista (Levada Nova/Porto da Cruz); 10, Calhau das Achadas da Cruz; 11, Portela (Ribeiro Frio/Levada do Furado); 12, Boa Morte (Levada do Norte/Campanário); 13, Vale Paraíso (Camacha); 14, Encumeada (Pico Ruivo /Achada do Teixeira); 15, Encumeada (Estanquinhos/Levada do Norte); 16, Quinta do Lorde (mar Machico/ilhas Desertas); 17, Marina do Funchal (mar Funchal/Câmara de Lobos); 18, mar junto ao Pestana Carlton Hotel; 19, Reserva Natural Parcial do Garajau (área protegida marítima); 20, mar Caniço de Baixo (Galo); 21, mar Ponta do Pargo; 22, mar ao largo do Caniçal; 23, mar junto à ilha Deserta Grande; 24, mar entre a Ponta de S. Lourenço e a ilha do Porto Santo; 25, linha de costa e ilhéus do Porto Moniz.

A proporção de acordos entre a primeira e a segunda aplicação estava compreendida entre 0,013 e 1,000, na totalidade do questionário. As questões 2.3 (cinco destinos preferidos), 2.5 (cinco motivos das viagens à natureza) e 2.7 (cinco atributos da ilha da Madeira) exigiam a ordenação de resposta e apresentaram valores de κ mais baixos.

Quadro 3.4 Concordância de resposta em duas aplicações distintas do questionário aos turistas.

Questões	Kappa [†]
1 Perfil do inquirido	
1.1 Género (n = 56)	1,000
1.2 Idade (n = 56)	1,000
1.3 País (n = 56)	1,000
1.4 Área habitual de residência (n = 56)	0,904
1.5 Habilitações literárias (n = 51)	0,926
1.6 Profissão (n = 48)	1,000
2 Viajar	
2.1 Época do ano preferida (n = 56)	0,759
2.2 Companhia mais frequente (n = 56)	0,833
2.3 Cinco destinos preferidos	
Ordenados (n = 44-47) ‡	0,292-0,561
Não ordenados (n = 5-9)	0,400-0,750
2.4 Conceito mais significativo de férias (n=56)	0,500
2.5 Cinco motivos das viagens à natureza	
Ordenados (43-47)	0,013-0,290
Não ordenados (n = 6-9)	0,333-0,600
2.6 Frequência de visitas turísticas a ambientes naturais (n = 55)	0,611
2.7 Cinco atributos da ilha da Madeira	
Ordenados (n = 46-47)	0,104-0,442
Não ordenados (n = 6-9)	0,263-0,611
2.8 Estada na ilha da Madeira	
Número de vezes (n = 52)	1,000
Total de dias (n = 37)	0,817
Tempo diário (n = 26)	0,420
2.9 Locais de interesse turístico baseados na natureza (n = 2-56)	0,705-1,000
3 Atividade/tour/visita	
3.1 Conhecimento inicial do local (n = 5-53)	0,400-0,850
3.2 Preparação da atividade/tour/visita (n = 11-55)	0,539-1,000
3.3 Atividade a praticar ou praticada na ilha (n = 9-56)	0,628-1,000
3.4 Local onde se encontra no momento (n = 7-56)	0,193-0,400
3.5 Guia nesta atividade/tour/visita (n = 51)	0,789
3.6 Contributo para a conservação da natureza na ilha (n = 53)	0,481
3.7 Transporte utilizado até ao ponto de partida (n = 56)	0,449
3.8 Alimentação/refeições na atividade/tour/visita (n = 12-56)	0,842-0,720
3.9 Custo da atividade/tour/visita (n = 54)	0,720
3.10 Impacto das visitas/tours no ambiente local (n = 8-53)	0,716-1,000
3.11 Contacto com os residentes locais (n = 8-55)	0,595-1,000
3.12 Disponibilidade para pagar uma sobretaxa (n = 54)	0,711
4 Tipo de turismo que procuro na Madeira (n = 7-45)	0,472-1,000
4.1 Turismo <i>soft/hard</i> /sustentável (n = 51)	0,636
4.2 Anos de prática do tipo de turismo (n = 48)	0,801
5 Alojamento	
5.1 Tipologia (n = 25-56)	0,382-0,638
5.2 Local (n = 22-47)	0,557-1,000
5.3 Escolha/opção do alojamento (n = 51)	0,263
5.4 Certificação ambiental do alojamento (n = 50)	0,684
5.5 Garantia da certificação ambiental (n=3-49)	0,478-1,000

[†]Estatística kappa (Cohen, 1960); [‡]intervalo da amostra pelos vários itens de resposta.

As questões 3.4 (local onde se encontra no momento) e 5.3 (escolha/opção do alojamento) apresentaram, também, valores de κ fracos. Retirando as respostas a estas questões, os valores κ , por grupo de resposta, estavam assim distribuídos: (1) perfil do inquirido (κ entre 0,904 e 1,000), (2) viajar (κ entre 0,420 e 1,000), (3) atividade/*tour*/visita (κ entre 0,400 e 1,000), (4) tipo de turismo que procuro na Madeira (κ entre 0,472 e 1,000) e (5) alojamento (κ entre 0,382 e 1,000). Assim, a proporção de acordos entre a primeira e segunda aplicação do questionário estava compreendida entre satisfatória/boa ($0,40 \leq \kappa \leq 0,75$) e excelente ($\kappa > 0,75$), na quase totalidade dos itens (ver Fleiss *et al.*, 2003).

3.4 Análise dos sítios eletrónicos de empresas de animação turística-ambiente e dos alojamentos hoteleiros com ‘Chave Verde’ e de campanhas internacionais de promoção do destino Madeira

Os sítios eletrónicos de dezasseis empresas de animação turística-ambiente, que correspondem a 28,6% do total da lista fornecida pela SRCTT – DRT, foram alvo de uma análise de conteúdo detalhada. Os indicadores considerados foram os seguintes: (1) localização da sede da empresa, em função do principal e maior centro urbano, (2) oferta de um tipo ou tipos de turismo, e (3) propostas de atividades e de educação ambiental. Paralelamente, oitenta campanhas internacionais de promoção do destino Madeira, disponíveis no sítio eletrónico da ‘Associação de Promoção da RAM’ (APMadeira), foram analisadas com base em dois itens anteriores, i.e., oferta de um tipo ou tipos de turismo, e propostas de atividades e de educação ambiental. As campanhas de promoção do destino Madeira ocorreram entre 2007-2011. Finalmente, os sítios eletrónicos dos 9 alojamentos turísticos da ilha da Madeira com diploma ‘*The Green Key*’ (‘Chave Verde’) (2012) foram analisados numa matriz. A distribuição espacial, as atividades em ambiente natural, as premissas que proporcionam comportamentos e atitudes ambientalmente aceitáveis de toda a comunidade do alojamento hoteleiro e a referência à respetiva certificação foram os indicadores utilizados.

3.5 Análise dos dados e procedimentos estatísticos

Os dados relativos aos questionários aplicados aos turistas, guias e empresas foram introduzidos numa folha de Excel (Microsoft Excel, 2010), uma vez por duas

peças distintas, i.e., cada pessoa introduziu os dados uma vez, num total de duas entradas e posteriormente sobrepostos no STATA 11 (Stata Statistical Software, 2009) para detetar os erros de entrada no computador. Identificados os erros, as duas bases foram corrigidas e novamente sobrepostas. A descrição das variáveis foi efetuada através das medidas descritivas básicas: média, desvio padrão e frequências (absoluta e relativa).

A sistematização da informação disponível nos sítios eletrónicos das empresas de animação turística-ambiente, dos alojamentos turísticos da ilha da Madeira com ‘Diploma Chave Verde 2012’ e de campanhas internacionais de promoção do destino Madeira foi efetuada através da ‘análise de conteúdo’. Este tipo de análise consiste na identificação de critérios ou indicadores que definem o padrão da matriz (Donohoe e Lu, 2009). Os questionários aplicados aos guias (1 item, 11.1), às empresas (1 item, 13.1), às CM e à SRCTT – DRT foram também alvo de uma ‘análise de conteúdo’. A concordância de resposta aos questionários dos turistas foi estimada através do coeficiente kappa (κ) (Cohen, 1960).

A regressão logística multinomial foi utilizada para identificar os possíveis preditores da disponibilidade dos turistas para pagar uma sobretaxa (*willing to pay*) (item 3.12 do questionário). O modelo de regressão logística multinomial (MLML) consiste na estimação simultânea de *logits* binários, para todas as comparações entre as alternativas. O MLML é assim formulado (ver Long e Freese, 2006, p 227):

$$\ln \Omega_{m|b}(x) = \ln \frac{\Pr(y = m|x)}{\Pr(y = b|x)} = x\beta_{m|b} \quad \text{para } m = 1 \text{ até } J$$

onde b é a categoria de base, também referida como o grupo de comparação. Como $\ln \Omega_{m|b}(x) = \ln 1 = 0$, $\beta_{b|b} = 0$.

A variável dependente (*willing to pay*) apresenta 4 categorias: ‘nenhuma’, ‘disponível’, ‘concordo, mas não estou disponível’ e ‘não sei’. A categoria com maior número de respostas, mais precisamente, ‘não sei’ ($n = 276$) foi utilizada como base de comparação. A seleção dos preditores teve por base os grupos de questões presentes no questionário: ‘perfil do turista’, ‘viajar’, ‘atividade/tour/visita’, ‘tipo de turismo que o turista procurava na ilha da Madeira’ e ‘alojamento’. A seleção do modelo foi realizada

passo a passo, através da inclusão de um grupo de cada vez. Os grupos com muitos preditores foram subdivididos, quando o número de observações foi insuficiente ou quando o modelo não alcançou convergência. A cada ajuste do modelo foram retirados os preditores cujos coeficientes não foram estatisticamente significativos, de acordo com o teste da razão de verossimilhanças. Em alguns casos, recorremos ao teste de Wald. Foram efetuadas várias tentativas para definir a ordem de entrada dos preditores. Entre algumas dezenas de modelos ajustados, o modelo final incluiu o estatuto socioeconómico (ESE) do turista, a frequência de visitas a ambientes naturais e o custo da atividade. Os turistas foram ordenados em três grupos socioeconómicos, a partir das habilitações literárias, nomeadamente: grupo 1 (ESE baixo) – turistas com o ensino básico, secundário e/ou curso tecnológico/profissional/outro, nível III; grupo 2 (ESE médio) – bacharelato e curso de especialização tecnológica; grupo 3 (ESE elevado) – licenciatura, pós-graduação, mestrado e doutoramento. O efeito de cada preditor na variável resposta foi estimado a partir de 3 *logits* binários:

$$\ln\left(\frac{P(wtp = No)}{P(wtp = Nknow)}\right)$$

$$\ln\left(\frac{P(wtp = Yes)}{P(wtp = Nknow)}\right)$$

$$\ln\left(\frac{P(wtp = YesNo)}{P(wtp = Nknow)}\right)$$

onde *wtp* = *willing to pay*, *No* = nenhuma, *Yes* = disponível, *YesNo* = ‘concordo, mas não estou disponível’ e *Nknow* = ‘não sei’.

Os cálculos foram efetuados no STATA 11 (Stata Statistical Software, 2009). O nível de significância foi mantido em $p < 0,05$.

4

Resultados

4 Resultados

4.1 Turistas, guias e empresas de animação turística-ambiente

Para tornar mais clara a exposição dos resultados optamos por respeitar a ordem das questões inerentes aos questionários dos turistas, guias e empresas de animação turística-ambiente. Sempre que possível e na tentativa de alcançar alguma fluidez no texto, cruzamos a informação dos turistas, guias e empresas de animação turística-ambiente.

As características dos turistas e da visita à ilha da Madeira são apresentadas no Quadro 4.1. Os turistas viajam em companhia de alguém, sobretudo com o companheiro ou a companheira (48,7%). São assíduos nas suas visitas a ambientes naturais, com maior frequência para 1-2 visitas/ano, correspondendo a 61,9% dos turistas que responderam a esta questão. Apenas uma minoria de 73 turistas, em 954, revela ser a sua primeira experiência. Quando questionados sobre o seu conceito de férias, cerca de 39,0% dos turistas opta por ‘descoberta’, seguido de ‘novas sensações’ com 30,0%. Os itens ‘tranquilidade’, ‘aventura’ e ‘ação/agitação’ totalizam apenas 26,0%. A época do ano preferida para viajar é a primavera, sobrevalorizada na combinação de duas ou três estações do ano; no entanto, cerca de um quarto dos turistas não perfila uma época especial. A larga maioria dos turistas (78,2%) está na ilha da Madeira pela primeira vez. O intervalo médio de estada para 61,6% dos turistas é 6-10 dias, embora um grupo de 29 turistas, em 100, permaneça 11-15 dias. O tempo médio diário dedicado às atividades relacionadas com a natureza, para cerca de 40% dos turistas, é de 5 a 6 horas, enquanto 28,6% despende entre 3 a 4 horas. Uma percentagem significativa de turistas (21,7%) gasta 7 ou mais horas em atividades relacionadas com a natureza.

A larga maioria dos guias e das empresas de animação turística-ambiente não encontra relevância na distribuição dos turistas por sexo (Quadro 4.2). Em relação ao padrão etário, 31,8% dos guias refere o intervalo 56 e mais anos como o mais frequente, seguido do intervalo 42–55 anos. As empresas de animação turística-ambiente não realçam qualquer grupo etário. Pouco mais de metade dos guias (52,3%) e das empresas de animação turística-ambiente (53,1%), consideram que não há relevância na situação no trabalho, i.e., ativo/reformado; contudo, há uma inversão na segunda escolha, com os guias a indicar os reformados e as empresas os ativos. 50% e 34,4% das empresas de animação turística-ambiente referem que os turistas possuem um nível de formação médio.

Quadro 4.1 Características dos turistas e da visita à ilha da Madeira.

Caraterísticas	Frequência	
	n	%
Companhia (n = 879)		
Companheiro(a)	428	48,7
Família	238	27,1
Amigos	130	14,8
Sozinho	83	9,4
Número médio de visitas a ambientes naturais/ano (n = 954)		
1ª vez	73	7,7
1 – 2	591	61,9
3 – 4	186	19,5
5 – 6	47	5,0
≥7	57	5,9
Conceito de férias (n = 915)		
Descoberta	358	39,1
Novas sensações	275	30,1
Tranquilidade	149	16,3
Aventura	70	7,7
Ação/agitação	18	2,0
Exotismo	17	1,9
Voltar ao local	12	1,3
Saber o que o espera	7	0,8
Outro [†]	9	1,0
Época preferida (n = 1011)		
Primavera	310	30,7
Verão	147	14,5
Outono	26	2,6
Inverno	10	1,0
Combinação (2 ou 3 estações do ano)	262	25,9
Indiferente	256	25,3
Na ilha da Madeira (n = 935)		
Residente	55	5,9
1º vez	731	78,2
2ª vez	94	10,1
3ª vez e mais	55	5,9
Dias de estada (n = 713)		
1-5	39	5,5
6-10	439	61,6
11-15	205	28,8
16-20	7	1,0
≥21	23	3,2
Tempo diário/atividades natureza (horas) (n = 490)		
1-2	47	9,6
3-4	140	28,6
5-6	197	40,2
7-8	68	13,9
≥9	38	7,8

[†]Vinho; repouso mental; caminhadas; aves; vida selvagem; natureza.

O nível de formação elevado é representado por 29,5% (guias) e 25,0% (empresas de animação turística-ambiente). O rendimento dos turistas é, também, percecionado como médio e/ou elevado por grande percentagem em ambos, guias e empresas de animação turística-ambiente. O perfil sociodemográfico dos turistas foi igualmente traçado pelos guias e empresas de animação turística-ambiente (ver Quadro 4.2).

Os guias referem que 40,9% dos turistas viajam em grupo/pares de amigos; contudo, as empresas de animação turística-ambiente apresentam a frequência de resposta mais elevada na opção ‘sem relevância’ (56,3%). Na característica ‘personalidade do turista’ não há consenso entre guias e empresas de animação turística-ambiente. Um número expressivo de guias, cerca de 38 em 100, não encontra relevância na personalidade dos turistas, embora com algum destaque para os ‘aventureiros’ (27,3%). A avaliação da personalidade do turista pelas empresas de animação turística-ambiente é a seguinte: ‘aventureiros’ (56,3%), cientistas/intelectuais (31,3%) e desportistas (28,1%). De acordo com os guias e empresas de animação turística-ambiente, o ‘interesse em aprender’ dos turistas incide, principalmente, no ambiente natural (79,5% e 87,5%, respetivamente); contudo, uma elevada percentagem das empresas de animação turística-ambiente refere que os turistas têm interesse em aprender sobre as tradições/cultura (71,9%), gentes/comunidade (65,6%) e gastronomia (50,0%).

A sazonalidade da procura turística da ilha da Madeira evidenciada pelos guias e empresas de animação turística-ambiente é apresentada no Quadro 4.3. A resposta dos guias e empresas sobre a estação do ano/meses que definem o início e término da época alta é similar. Os percentuais mais elevados para o início da época alta, em ambos, são apresentados na primavera (março e abril). Os percentuais correspondentes para o término da época alta estão circunscritos ao outono (setembro e outubro).

Os cinco motivos dos turistas para as viagens à natureza, por ordem de importância, i.e., as respostas foram ordenadas de 1 a 5, são apresentados no Quadro 4.4. A 1ª preferência dos turistas é o ‘sossego e tranquilidade’ (22,2%) seguidos da ‘beleza das paisagens’ (21,8%), ‘contacto com a natureza’ (15,5%) e ‘fuga à rotina’ (11,0%). Os restantes motivos que constituem a 1ª preferência estão distribuídos de forma equitativa e com valores percentuais mais baixos. Não obstante, quando contabilizamos a totalidade das preferências dos turistas (1-5), o motivo mais frequente é a ‘beleza das paisagens’ (n = 676), seguidos do ‘contato com a natureza’ (n = 586) e ‘sossego e tranquilidade’ (n = 581).

Quadro 4.2 Percepção das características dos turistas pelos guias e empresas de animação turística-ambiente.

Caraterísticas [†]	Guias (n = 44)		Empresas (n = 32)	
	n	%	n	%
Sexo				
Masculino	3	6,8	4	12,5
Feminino	4	9,1	3	9,4
Sem relevância	32	72,7	24	75,0
Idade (anos)				
18 – 25	-	-	-	-
26 – 41	-	-	1	3,1
42 – 55	11	25,0	6	18,8
≥56	14	31,8	4	12,5
Sem padrão etário	9	20,5	21	65,6
Outros:				
26 – 55	2	4,5	-	-
≥42	6	13,6	-	-
Situação no trabalho				
Ativos	4	9,1	10	31,3
Reformados	12	27,3	4	12,5
Sem relevância	23	52,3	17	53,1
Nível de formação				
Baixo	-	-	-	-
Médio	22	50,0	11	34,4
Elevado	13	29,5	8	25,0
Outro				
Médio e elevado	3	6,8	7	21,9
Sem relevância			1	3,1
Rendimento				
Baixo	-	-	-	-
Médio	24	54,5	10	31,3
Elevado	11	25,0	5	15,6
Outro				
Médio e elevado	2	4,5	11	34,4
Companhia				
Solitário	4	9,1	-	-
Em grupo/pares de amigos	18	40,9	10	31,3
Em família	12	27,3	4	12,5
Sem relevância	4	9,1	18	56,3
Personalidade [‡]				
Aventureiros	12	27,3	18	56,3
Desportistas	6	13,6	9	28,1
Cientistas/intelectuais	8	18,2	10	31,3
Radicais				
Outros	3	6,8	2	6,3
Sem relevância	17	38,6	5	15,6

Quadro 4.2 Continuação.

Caraterísticas [†]	Guias (n = 44)		Empresas (n = 32)	
	n	%	n	%
Interesse em aprender [‡]				
Ambiente natural	35	79,5	28	87,5
Tradições/cultura	26	59,1	23	71,9
Gastronomia	13	29,5	16	50,0
Património edificado	10	22,7	10	31,3
Gentes/comunidade local	14	31,8	21	65,6
Outros	1	2,3	4	12,5

[†]A percentagem respeitante à ausência de resposta não é apresentada. [‡] Admite mais do que uma resposta. A frequência relativa está calculada em relação ao total da amostra dos dois grupos alvo.

Quadro 4.3 Época alta da atividade turística para os guias e empresas de animação turística-ambiente.

Estações do ano [†]	Guias (n = 34)		Empresas (n = 30)	
	Início (%)	Fim (%)	Início (%)	Fim (%)
Primavera				
Março	41,2	-	20,0	3,3
Abril	26,5	-	23,3	-
Maio	17,7	11,8	13,3	6,7
Verão				
Junho	5,9	14,7	23,3	6,7
Julho	2,9	-	13,3	-
Agosto	-	11,8	-	10,0
Outono				
Setembro	-	23,5	-	36,7
Outubro	-	32,4	3,3	23,3
Novembro	-	5,9	-	3,3
Inverno				
Dezembro	-	-	-	6,7
Janeiro	-	-	-	3,3
Fevereiro	5,9	-	3,3	-

[†]Meteorológicas: iniciam-se no primeiro dia dos meses de março, junho, setembro e dezembro.

A fuga à rotina, a exploração física dos lugares, os novos conhecimentos, a recuperação de energias e a fuga aos locais de turismo convencional são os motivos seguintes, com frequências absolutas entre os 304 e os 352 turistas. Esta matriz mantém-se inalterável quando juntamos as preferências ordenadas e não ordenadas, para os três lugares do topo (dados não apresentados).

Quadro 4.4 Motivos dos turistas para as viagens à natureza: ordenação de resposta.

Motivos	Ordem de preferência					Total (n)
	1 ^a (n = 807)	2 ^a (n = 770)	3 ^a (n = 764)	4 ^a (n = 739)	5 ^a (n = 697)	
Sossego e tranquilidade	179 (22,2) [†]	108 (14,0)	115 (15,1)	101 (13,7)	78 (11,2)	581
Beleza das paisagens	176 (21,8)	160 (20,8)	133 (17,4)	127 (17,2)	80 (11,5)	676
Contacto com a natureza	125 (15,5)	162 (21,0)	128 (16,8)	101 (13,7)	70 (10,0)	586
Fuga à rotina	89 (11,0)	41 (5,3)	52 (6,8)	62 (8,4)	86 (12,3)	330
Exploração física dos lugares	57 (7,1)	62 (8,1)	68 (8,9)	68 (9,2)	70 (10,0)	325
Novos conhecimentos	54 (6,7)	66 (8,6)	71 (9,3)	75 (10,2)	78 (11,2)	344
Recuperação de energias	51 (6,3)	67 (8,7)	65 (8,5)	56 (7,6)	65 (9,3)	304
Fuga ao turismo convencional	39 (4,8)	54 (7,0)	75 (9,8)	81 (11,0)	103 (14,8)	352
Conservação do meio natural	24 (3,0)	37 (4,8)	42 (5,5)	49 (6,6)	46 (6,6)	198
Desportos radicais	8 (1,0)	8 (1,0)	12 (1,6)	10 (1,4)	12 (1,7)	50
Investigação científica	3 (0,4)	5 (0,7)	3 (0,4)	7 (1,0)	6 (0,9)	24
Outro [‡]	2 (0,2)	-	-	2 (0,3)	3 (0,4)	7

[†]Os valores entre parêntesis são frequências relativas; [‡]Gastronomia, pintar, caminhadas e observar aves.

A ordenação dos cinco atributos da ilha da Madeira é apresentada no Quadro 4.5. Na 1^a preferência, 1^a posição, temos o ‘bom clima’ e, na segunda posição, a ‘natureza’. Na totalidade dos cinco atributos, as preferências recaem no ‘bom clima’ (1^a posição), ‘natureza’ (2^a posição), tranquilidade (3^a posição), mar (4^a posição) e simpatia (5^a posição). O *ranking* mantém-se inalterável quando adicionamos os 176 turistas que não ordenaram as respostas (dados não apresentados).

Os turistas colocam a ‘natureza’, a ‘praia/sol/mar’ e a ‘montanha’ nas três primeiras posições, na 1^a preferência dos destinos de férias (Quadro 4.6). No conjunto dos cinco destinos preferidos, a ordenação é a seguinte: natureza (1^a posição), montanha (2^a posição), praia/sol/mar (3^a posição), cidades históricas (4^a posição) e ilhas (5^a posição). Na abordagem global do item, totalizando as preferências dos destinos ordenados e não ordenados, aquele *ranking* mantém-se inalterável (dados não apresentados).

O tipo de turismo mais procurado pelos turistas e percecionado pelos guias e empresas de animação turística-ambiente é apresentado no Quadro 4.7. Apenas 685 turistas, i.e., 67,6% da totalidade da amostra (n = 1014), identificaram o tipo de turismo que procuravam na ilha da Madeira. O ‘turismo de natureza’ está claramente destacado, com 60,2% dos inquiridos. A classificação imediata é o ‘*touring* paisagístico’.

Quadro 4.5 Atributos da ilha da Madeira: ordenação de resposta.

Atributos	Ordem de preferência					Total (n)
	1 ^a (n = 815)	2 ^a (n = 799)	3 ^a (n = 783)	4 ^a (n = 741)	5 ^a (n = 684)	
Bom clima	365 (44,8) [†]	171 (21,4)	114 (14,6)	81 (10,9)	32 (4,7)	763
Natureza	281 (34,5)	193 (24,2)	116 (14,8)	101 (13,6)	36 (5,3)	727
Mar	42 (5,2)	133 (16,7)	117 (14,9)	78 (10,5)	83 (12,1)	453
Tranquilidade	29 (3,6)	73 (9,1)	129 (16,5)	127 (17,1)	120 (17,5)	478
Exotismo	25 (3,1)	34 (4,3)	32 (4,1)	31 (4,2)	41 (6,0)	163
Genuína	22 (2,7)	49 (6,1)	53 (6,8)	67 (9,0)	67 (9,8)	258
Simpatia	15 (1,8)	40 (5,0)	76 (9,7)	79 (10,7)	102 (14,9)	312
Ecologia	13 (1,6)	55 (6,9)	59 (7,5)	62 (8,4)	62 (9,1)	251
Desporto	9 (1,1)	17 (2,1)	28 (3,6)	34 (4,6)	28 (4,1)	116
Gastronomia	5 (0,6)	32 (4,0)	57 (7,3)	74 (10,0)	103 (15,1)	271
Outro [‡]	9 (1,1)	2 (0,3)	2 (0,3)	7 (0,9)	10 (1,5)	30

[†]Os valores entre parêntesis são frequências relativas. [‡]Flores, cenário, caminhadas, paraíso, passeios de moto, montanhas, boas-vindas, intocada/intacta, família, aves, proximidade de Portugal Continental e dos restantes países europeus, habitats endémicos, mergulho e *snorkeling*.

Quadro 4.6 Destinos preferidos pelos turistas: ordenação de resposta.

Destinos	Ordem de preferência					Total (n)
	1 ^a (n = 815)	2 ^a (n = 799)	3 ^a (n = 783)	4 ^a (n = 741)	5 ^a (n = 684)	
Natureza	269 (36,2) [†]	145 (20,2)	88 (12,4)	53 (7,7)	25 (3,8)	580
Praia/sol/mar	149 (22,1)	107 (14,9)	84 (11,8)	63 (9,2)	72 (11,1)	475
Montanha	133 (17,9)	159 (22,2)	111 (15,6)	71 (10,4)	37 (5,7)	511
Ilhas	51 (6,9)	57(8,0)	89 (12,5)	90 (13,1)	60 (9,2)	347
Variado	33 (4,4)	5 (0,7)	17 (2,4)	27 (3,9)	99 (15,2)	181
Campo/meio rural	30 (4,0)	40 (5,6)	50 (7,0)	47 (6,9)	43 (6,6)	210
Cidades históricas	27 (3,6)	68 (9,5)	100 (14,0)	93 (13,6)	62 (9,5)	350
Desporto	18 (2,4)	31 (4,3)	31 (4,4)	34 (5,0)	43 (6,6)	157
Grandes cidades	14 (1,9)	16 (2,29)	38 (5,3)	37 (5,4)	62 (9,5)	167
Cultura	10 (1,4)	43 (6,0)	48 (6,7)	69 (10,1)	63 (9,7)	233
Águas interiores	3 (0,4)	30 (4,2)	38 (5,3)	58 (8,5)	42 (6,5)	171
Saúde	3 (0,4)	5 (0,7)	10 (1,4)	19 (2,8)	26 (4,0)	63
Festividades/festivais	3 (0,4)	8 (1,1)	2 (0,3)	20 (2,9)	11 (1,7)	44
Religião	-	2 (0,3)	3 (0,4)	2 (0,3)	2 (0,3)	9
Congressos	-	1 (0,1)	3 (0,4)	2 (0,3)	4 (0,6)	10

[†]Os valores entre parêntesis são frequências relativas.

O ‘ecoturismo’ não vai além dos 5,1% e é ultrapassado pelos turismos ‘convencional’, ‘desportivo’ e ‘sol e mar’; contudo, os guias e as empresas de animação turística-ambiente admitem o ‘ecoturismo’ em segundo lugar, depois do ‘turismo de natureza’, com valores de 31,0% e 14,3% respetivamente. O ‘turismo de natureza’ é consolidado na 1^a posição, nos

turistas, quando incluímos os inquiridos que não cumpriram a exigência de uma única opção (dados não apresentados).

Quadro 4.7 Tipo de turismo mais procurado na ilha da Madeira: turistas, guias e empresas de animação turística-ambiente.

Tipo	Turistas (n = 685)		Guias (n = 29)		Empresas (n = 14)	
	n	%	n	%	n	%
Turismo de natureza	412	60,2	13	44,8	8	57,1
<i>Touring</i> paisagístico	50	7,3	-	-	-	-
Turismo convencional	43	6,3	3	10,3	-	-
Turismo desportivo	40	5,8	-	-	1	7,1
Sol e mar	37	5,4	1	3,5	-	-
Ecoturismo	35	5,1	9	31,0	2	14,3
Turismo de aventura	33	4,8	1	3,5	1	7,1
Saúde e bem-estar	12	1,8	-	-	-	-
Turismo cultural	12	1,8	1	3,5	-	-
Turismo rural	7	1,0	-	-	-	-
Turismo náutico	3	0,4	1	3,5	2	14,3
Outros [†]	1	0,2	-	-	-	-

[†]Turismo de caminhadas; turismo científico.

Na classificação do tipo de turismo que mais procuravam na ilha da Madeira, 56,4% dos turistas consideram o turismo ativo *soft* enquanto a frequência mais elevada para os guias (50,0%) e para as empresas de animação turística-ambiente (41,9%) é a prática de ‘turismo sustentável’ (Quadro 4.8). Estas últimas apontam, ainda, para uma combinação interessante de ‘turismo ativo *hard* e sustentável’.

Quadro 4.8 Classificação do tipo de turismo: turistas, guias e empresas de animação turística-ambiente.

Classificação	Turistas (n = 740)		Guias (n = 40)		Empresas (n = 31)	
	n	%	n	%	n	%
Turismo ativo <i>soft</i>	417	56,4	9	22,5	4	12,9
Turismo sustentável	274	37,0	20	50,0	13	41,9
Turismo ativo <i>hard</i>	49	6,6	3	7,5	3	9,7
Outros						
Ativo <i>soft</i> e <i>hard</i>	-	-	1	2,5	-	-
Ativo <i>soft</i> e sustentável	-	-	3	7,5	-	-
Ativo <i>hard</i> e sustentável	-	-	-	-	11	35,5
Ativo <i>soft</i> e <i>hard</i> e sustentável	-	-	4	10,0	-	-

O conhecimento do local e a preparação da atividade/*tour*/visita são apresentados no Quadro 4.9. A internet é a 1ª fonte de informação para 56,5% dos turistas, seguindo-se os panfletos/brochuras, os documentários/reportagens, as agências/operadores de turismo, os catálogos/*folders*, a imprensa escrita e a família/amigos. A preparação da atividade/visita foi confiada às empresas de animação turística-ambiente e, em particular, aos seus guias. A ‘educação ambiental prévia’ ocorreu em apenas 2,1% dos turistas. A maioria dos turistas que preparou a atividade por ‘conta própria’ fê-lo antes de chegar à Madeira (32,4%). Cerca de 18,7% dos turistas referem que a preparação da atividade foi espontânea ou não prevista.

Quadro 4.9 Conhecimento do local e preparação da atividade: turistas.

Itens	Turistas	
	n	%
Conhecimento do local (fontes) (n = 959)		
Internet	542	56,5
Panfletos/brochuras [†]	299	31,2
Documentários/reportagens	280	29,2
Agências/operadores de turismo	207	21,6
Catálogos/ <i>folders</i>	194	20,2
Imprensa escrita (jornais, revistas, etc.)	147	15,3
Família e/ou amigos	112	11,7
Livros e/ou guias de viagens	53	5,5
<i>Outdoors</i>	35	3,6
Campanhas oficiais/certames/feiras	9	0,9
Outros [‡]	5	0,5
Preparação da(s) atividade(s) (n = 945)		
Empresa de animação turística	56	5,9
Guia próprio	321	34,0
Atividades propostas	118	12,5
Educação ambiental prévia	20	2,1
Certificação ambiental	1	0,1
Por conta própria	102	10,8
Antes de chegar à Madeira	306	32,4
Na Madeira (complementar a outras)	180	19,1
Espontânea/não prevista	177	18,7

[†]Disponíveis em agências de viagens, postos de informação turística, alojamentos hoteleiros e restaurantes.

[‡]Mapas de caminhadas, guias de viagens, visitas anteriores e empresas da especialidade.

A dimensão média dos grupos de turistas, segundo os guias e as empresas de animação turística-ambiente, é apresentada no Quadro 4.10. O valor médio para o mínimo de turistas/grupo é de 7,6 para os guias e de 5,0 para as empresas de animação turística-ambiente. O desvio padrão é de cerca de 5 sujeitos para ambos; contudo, a amplitude da distribuição é grande, i.e., de 1 a 30 indivíduos. A média da constituição máxima dos turistas/grupo é de

20,2 indivíduos para os guias e de 32,5 para as empresas de animação turística-ambiente. A amplitude da distribuição é de 12-55 turistas, de acordo com os guias, e de 5-100 para as empresas de animação turística-ambiente.

Quadro 4.10 Dimensão média dos grupos de turistas: guias e empresas de animação turística-ambiente.

Grupo	Guias			Empresas		
	n	$\bar{x} \pm dp^{\dagger}$	Mínimo – Máximo	n	$\bar{x} \pm dp$	Mínimo – Máximo
Dimensão						
Mínima	39	$7,59 \pm 5,4$	2 – 30	31	$5,00 \pm 5,3$	1 – 30
Máxima	38	$20,18 \pm 11,2$	12 – 55	32	$32,50 \pm 31,7$	5 – 100

† Média \pm desvio padrão.

Os locais de interesse turístico baseados na natureza mais visitados na ilha da Madeira são as ‘levadas’ (90,6%) (Quadro 4.11). O Maciço Montanhoso Central, a Floresta Laurissilva e a Ponta de São Lourenço são os locais representados nas 2^a (62,0%), 3^a (42,0%) e 4^a (32,1%) posições.

Quadro 4.11 Locais baseados na natureza visitados pelos turistas na ilha da Madeira.

Locais baseados na natureza	Turistas (n = 959)	
	n	%
Levadas	869	90,6
Maciço Montanhoso Central	595	62,0
Floresta Laurissilva	403	42,0
Ponta de S. Lourenço	308	32,1
Achadas da Cruz	109	11,4
Garajau	99	10,3
Moledos – Madalena do Mar	83	8,7
Pináculo	71	7,4
Ilhas Desertas	67	7,0
Sítio da Rocha do Navio	33	3,4
Ilhéu da Viúva	16	1,7
Outros †	52	5,4

† Mar, jardins, Penha d’Águia, grutas de São Vicente, eucaliptal, costa, Ponta do Pargo e foz das ribeiras.

As atividades a praticar ou praticadas na ilha da Madeira pelos turistas, e para que estão preparados os guias e empresas de animação turística-ambiente, são apresentadas no Quadro 4.12. A caminhada (montanhismo/*trekking*) é a atividade mais praticada pelos turistas

(70,2%). A observação da flora, a observação de cetáceos, os passeios de barco, a observação de fauna (exceto aves), a observação de aves, o alpinismo, o mergulho/*snorkeling* e os passeios de jipe todo-o-terreno são as que se seguem no *ranking* das atividades mais praticadas pelos turistas. Uma ordenação ligeiramente distinta é obtida pelos guias e empresas de animação turística-ambiente. Por exemplo, as empresas de animação turística apresentam a ordenação seguinte: 1ª observação de cetáceos; 2ª caminhada e observação de fauna (exceto aves); 4ª passeios de barco; 5ª mergulho/*snorkeling*; e 6ª observação de flora.

Quadro 4.12 Atividades a praticar ou praticadas na ilha da Madeira pelos turistas e preparadas pelos guias e empresas de animação turística-ambiente.

Atividade	Turistas (n = 919)		Guias (n = 41)		Empresas (n = 32)	
	n	%	n	%	n	%
Caminhada (montanhismo/ <i>trekking</i>)	645	70,2	11	26,8	14	43,8
Observação da flora	358	39,0	2	4,9	12	37,5
Observação de cetáceos	204	22,2	24	58,5	15	46,9
com natação	8	0,9	6	14,6	7	21,9
Passeio de barco	185	20,1	1	2,4	13	40,6
Observação de fauna	151	16,4	-	-	14	43,8
Observação de aves	145	15,8	16	39,0	10	31,3
Alpinismo	109	11,9	7	17,1	-	-
Mergulho/ <i>snorkeling</i>	80	8,7	19	46,3	13	40,6
Passeio de jipe - TT	63	6,9	-	-	9	28,1
Escalada	43	4,7	27	65,9	4	12,5
Bicicleta/BTT	35	3,8	2	4,9	5	15,6
Campismo	33	3,6	4	9,8	-	-
<i>Cross country</i>	33	3,6	4	9,8	2	6,3
<i>Canyoning</i>	27	2,9	3	7,3	7	21,9
Orientação	26	2,8	-	-	3	9,4
Moto 4/moto	21	2,3	3	7,3	2	6,3
Espeleologia	19	2,1	2	4,9	-	-
Pesca desportiva (mar)	19	2,1	1	2,4	1	3,1
Canoagem/ <i>kaiak</i>	15	1,6	1	2,4	5	15,6
Parapente	14	1,5	1	2,4	2	6,3
<i>Rappel</i>	13	1,4	4	9,8	-	-
Caça submarina	12	1,3	-	-	-	-
Asa delta	11	1,2	-	-	2	6,3
Vela	11	1,2	7	17,1	2	6,3
<i>Windsurf</i>	8	0,9	9	22,0	2	6,3
<i>Surf</i>	7	0,8	1	2,4	2	6,3
Pesca em cursos de água	5	0,5	3	7,3	-	-
<i>Rafting</i>	5	0,5	1	2,4	-	-
<i>Parasailing</i>	1	0,1	1	2,4	-	-
Outras [†]	16	1,7	-	-	1	3,1

[†]Longboarding; geocaching; sightseeing; running; golf.

O impacto da visita dos turistas à ilha da Madeira é apresentado no Quadro 4.13. 21,5% dos turistas referem que não há qualquer impacto da atividade no ambiente local enquanto 50,8% reportam que o impacto é discreto. O lixo e os restos de alimentos encontrados ao longo dos percursos apresentam o valor percentual mais elevado do impacto observável (14,8%).

Quadro 4.13 Impactos da atividade/visita dos turistas.

Itens	Turistas	
	n	%
Impactos no ambiente natural (n = 847)		
Nenhum	182	21,5
Discreto	430	50,8
Observável		
Lixos e restos de alimentos	125	14,8
Erosão/degradação do suporte físico	65	7,7
Barulho/ruído	54	6,4
Congestionamento dos trilhos/atividade	46	5,4
<i>Stress</i> na fauna	42	5,0
Desflorestação/deterioração da flora	38	4,5
Outros [†]	11	1,3
Contactos com os locais (n = 847)		
Nenhum	133	14,6
Sim	10	1,1
Restauração	551	60,5
Guia local	363	39,9
Cruzamento no(s) percurso(s)	215	23,6
Loja(s) de <i>souvenirs</i>	186	20,4
Frequentador(es) de café/restaurante	133	14,6
Comércio (exceto <i>souvenirs</i>)	93	10,2
Agricultor(es)	65	7,1
Outros [‡]	9	1,0
Alimentação (n = 874)		
Restauração local	249	28,5
Gastronomia regional	239	27,3
Merenda com produtos regionais adquiridos no local	138	15,8
Merenda	130	14,9
Merenda fornecida pela empresa promotora, com produtos regionais	87	10,0
Merenda fornecida pela empresa promotora	77	8,8
Merenda com produtos regionais adquiridos fora do local	72	8,2
Produtos regionais de agricultura biológica	33	3,8

[†]Toalhetes/lenços de papel pelo chão, óleo no mar e beatas de cigarro. [‡]Passageiros do autocarro/barco, 'levadeiro' (trabalhador que efetua a manutenção das 'levadas' e distribui a água pelos agricultores/consumidores), amigo, taxista, família, residentes, funcionários do hotel.

Os restantes, mais precisamente a erosão/degradação do suporte físico, o barulho/ruído, o congestionamento dos trilhos, o *stress* na fauna e desflorestação/deterioração

da flora apresentam percentagens compreendidas entre os 4,5% e 7,7%. O contacto com a população é principalmente efetuado em locais destinados ao preparo e comércio de refeições (60,5%), em lojas de *souvenirs* (20,4%) e com os agricultores (7,1%). A restauração local (28,5%) e a gastronomia regional (27,3%) são as opções, no item da alimentação, mais relatadas pelos turistas. Os restantes referem as merendas e os produtos regionais de agricultura biológica.

Cerca de metade dos turistas inquiridos (51,0%) são transportados para os locais de atividades na natureza por pequenas camionetas ou carrinhas das empresas de animação turística-ambiente (Quadro 4.14). O veículo automóvel é utilizado por 41,1% dos turistas. Os guias e as empresas de animação turística-ambiente admitem, também, recorrer ao aluguer e ao transporte público, em caso de necessidade.

Quadro 4.14 Transportes utilizados pelos turistas, guias e empresas de animação turística-ambiente.

Transporte	Turistas (n = 964)		Guias (n = 39)		Empresas (n = 32)	
	n	%	n	%	n	%
Turistas						
Autocarro/carrinha de excursão	492	51,0	-	-	-	-
Veículo automóvel	398	41,1	-	-	-	-
Autocarro/camioneta da carreira	45	4,7	-	-	-	-
Moto/moto 4	5	0,5	-	-	-	-
Bicicleta	1	0,1	-	-	-	-
Outros [†]	23	2,4	-	-	-	-
Guias e empresas						
Da empresa	-	-	29	74,4	19	59,4
Alugado	-	-	4	10,3	2	6,3
Próprio/pessoal	-	-	3	7,7	-	-
Público	-	-	1	2,6	1	3,1
Outros [‡]	-	-	2	5,2	10	31,2

[†]A pé, barco. [‡]Público e alugado, alugado e da empresa, todos.

Os guias e as empresas de animação turística-ambiente adquirem, na sua maioria, os equipamentos e materiais necessários às atividades para que estão vocacionados no mercado regional (guias: 66,7%; empresas de animação turística-ambiente: 51,6%) (Quadro 4.15); contudo, 25% dos guias e 22,6% das empresas de animação turística-ambiente importam os equipamentos e materiais de outros países europeus.

Quadro 4.15 Equipamento para as atividades: guias e empresas de animação-turística.

Principal mercado de aquisição	Guias (n = 36)		Empresas (n = 31)	
	n	%	n	%
Regional	24	66,7	16	51,6
Europeu	9	25,0	7	22,6
Fora da Europa	3	8,3	6	19,4
Continental	-	-	2	6,5

A disponibilidade dos turistas para pagar uma sobretaxa (*willing to pay*), a aplicar na minimização dos impactos da atividade turística com base na natureza, é apresentada no Quadro 4.16. 31,9% dos turistas não sabiam, 29,2% estavam disponíveis, 13,4% não tinham disponibilidade e 13,4% concordavam mas não estavam disponíveis.

Quadro 4.16 Disponibilidade para pagar uma sobretaxa (*willing to pay*) a aplicar na minimização dos impactos da atividade turística.

Itens	Turistas (n = 864)	
	n	%
Não sei	276	31,9
Disponível	252	29,2
Nenhuma	220	25,5
Concordo, mas não disponível	116	13,4

O contributo dos turistas para a conservação/preservação do meio ambiente é apresentado no Quadro 4.17. Dos 826 turistas que responderam à questão, 54% revelam que não contribuem para a conservação/preservação do meio ambiente; contudo, 39,6% dos turistas assinalam que contribuem monetariamente, incluído no pacote da empresa (31,4%), ou através da cobrança de taxas (8,2%).

A contribuição dos guias e empresas de animação turística-ambiente é apresentada no Quadro 4.18. A maioria dos guias, i.e., 60,5%, referem que a sua participação na conservação/preservação do meio ambiente é voluntária. Outros indicam, também, que é periódica (13,2%) e obrigatória (10,5%). Apenas 1 guia (2,6%) relata que participa com uma contribuição financeira. As empresas de animação turística-ambiente reportam uma contribuição voluntária (81,3%) e indireta (53,1%). Três empresas de animação turística-ambiente (9,4%) admitem que participam financeiramente para a conservação/preservação do meio ambiente.

Quadro 4.17 Contributo dos turistas para a conservação/preservação do meio ambiente, na ilha da Madeira.

Conservação/preservação do meio ambiente	Turistas (n = 826)	
	n	%
Nenhum	446	54,0
Monetário, incluído no pacote da empresa	259	31,4
Monetário (taxas, etc.)	68	8,2
Trabalho voluntário no local	26	3,2
Apoio na divulgação do local/ONG [†]	26	3,2
Trabalho científico	1	0,1

[†]ONG, Organizações Não Governamentais.

A educação ambiental aos turistas, pelos guias e empresas de animação turística-ambiente, ocorre preferencialmente durante a saída e de forma interativa. Quase metade dos guias (47,4%) e 75,0% das empresas de animação turística-ambiente referem, também, realizá-la antes da saída. As campanhas de limpeza dos percursos e de manutenção, com os turistas ou com os locais, são pouco expressivas nos guias (18,4% e 21,1%, respetivamente) e empresas de animação turística-ambiente (18,8% e 3,1%, respetivamente).

Quadro 4.18 Contributo dos guias e das empresas de animação turística-ambiente para a conservação/preservação do meio ambiente.

Conservação/preservação do meio ambiente	Guias (n = 38)		Empresas (n = 32)	
	n	%	n	%
Voluntária	23	60,5	26	81,3
Periódica	5	13,2	2	6,3
Obrigatória	4	10,5	1	3,1
Nenhuma	1	2,6	1	3,1
Financeira	1	2,6	3	9,4
Indireta (imposto/taxa)	-	-	17	53,1
Educação ambiental aos turistas	4	10,5	1	3,1
Antes da saída	18	47,4	24	75,0
Durante a saída e passiva	10	26,3	5	15,6
Durante a saída e interativa	19	50,0	27	84,4
Educação ambiental às populações locais [†]	4	10,5	8	25,0
Campanhas de limpeza e de manutenção				
Turistas	7	18,4	6	18,8
Locais [‡]	8	21,1	1	3,1

[†]Colóquios/palestras/seminários nas escolas e outras instituições públicas, por exemplo, Câmaras Municipais, juntas de freguesia e casas do povo. [‡]Parcerias com os residentes, organizações cívicas e solidárias, e/ou serviços públicos.

Os dados sobre os cinco itens relevantes do contributo das empresas de animação turística-ambiente para o desenvolvimento sustentável da ilha da Madeira foram obtidos por duas fontes: os guias e as próprias empresas (Quadro 4.19). Ambos, guias e empresas de animação turística-ambiente, são unânimes globalmente nos 4 primeiros itens: apoio à conservação da natureza, criação de postos de trabalho, gera rendimentos às populações e modifica comportamentos e atitudes dos turistas sobre o ambiente. O 5º item mais relevante para os guias é o respeito pelas especificidades sociais e culturais das comunidades locais, enquanto para as empresas de animação turística-ambiente, é o aumento do interesse científico sobre as espécies indígenas e endémicas.

Quadro 4.19 Contributo para o desenvolvimento sustentável da ilha da Madeira: guias e empresas de animação turística-ambiente.

Itens relevantes	Guias (n = 41)		Empresas (n = 30)	
	n	%	n	%
Apoia a conservação da natureza	28	68,3	24	80,0
Cria postos de trabalho aos locais	23	56,1	27	90,0
Gera rendimentos às populações locais	19	46,3	15	50,0
Modifica comportamentos e atitudes dos turistas sobre o ambiente	16	39,0	12	40,0
Respeita as especificidades sociais e culturais das comunidades locais	14	34,1	8	26,7
Intensifica o interesse científico sobre espécies indígenas e endémicas	13	31,7	11	36,7
Altera comportamentos e atitudes dos locais sobre o ambiente	11	26,8	9	30,0
Desenvolve as áreas rurais	10	24,4	6	20,0
Promove educação ambiental aos locais	9	22,0	6	20,0
Aumenta as áreas protegidas naturais	7	17,1	2	6,7
Melhora o controlo sobre impactos ambientais negativos	6	14,6	2	6,7
Providencia doações para a conservação da natureza	6	14,6	4	13,3
Associa elevado rendimento a turismo de pequena escala	5	12,2	8	26,7
Fomenta o voluntariado para a preservação do meio ambiente	5	12,2	4	13,3
Adiciona fonte de rendimento alternativa ao uso do solo agrícola	4	9,8	1	3,3
Diminui a utilização de recursos naturais	3	7,3	-	-
Envolve os órgãos locais na monitorização e avaliação dos impactos	3	7,3	2	6,7
Promove a equidade social	3	7,3	0	0,0
Baixa o consumo de água e de energia	2	4,9	2	6,7
Reduz a produção de resíduos sólidos urbanos	1	2,4	-	-

Os turistas foram questionados sobre a certificação ambiental do alojamento. Os guias e empresas de animação turística também foram questionados em relação àquele tipo de certificação sobre as empresas para quem trabalhavam ou sobre elas próprias. 71% dos turistas relatam ‘não sei’, 58,6% dos guias ‘não’ e 62,1% das empresas de animação turística-ambiente ‘não’ (Quadro 4.20).

Quadro 4.20 Certificação ambiental dos alojamentos e das empresas de animação turística-ambiente: turistas, guias e empresas.

Certificação ambiental	Turistas (n = 777)		Guias (n = 29)		Empresas (n = 29)	
	n	%	n	%	n	%
Alojamento						
Sim	54	7,0	-	-	-	-
Sim mas não recordo o rótulo ecológico	87	11,2	-	-	-	-
Não	84	10,8	-	-	-	-
Não sei	552	71,0	-	-	-	-
Empresas de animação turística						
Sim	-	-	12	41,4	11	37,9
Não	-	-	17	58,6	18	62,1
Não, mas em fase de candidatura	-	-	-	-	-	-

A importância da certificação ambiental reportada pelos turistas, guias e empresas de animação turística é apresentada no Quadro 4.21.

Quadro 4.21 Importância da certificação ambiental dos alojamentos e das empresas de animação turística-ambiente: turistas, guias e empresas.

Certificação ambiental	Turistas (n = 812)		Guias (n = 33)		Empresas (n = 29)	
	n	%	n	%	n	%
Garantia						
Não sei	428	52,7	-	-	-	-
Conservação/preservação da natureza	152	18,7	-	-	-	-
Desenvolvimento sustentável	119	14,7	-	-	-	-
Relação preço/qualidade	111	13,7	-	-	-	-
Educação ambiental	102	12,6	-	-	-	-
Sem interesse	2	0,2	-	-	-	-
Importância						
Garantia de qualidade do serviço ao cliente	-	-	23	69,7	20	74,1
Aumenta o grau de competitividade	-	-	10	30,3	11	40,7
Uma moda a nível global	-	-	3	9,1	1	3,7
Sem interesse	-	-	3	9,1	4	14,8
Garantia preço/qualidade ao cliente	-	-	-	-	1	3,7
Vende mais	-	-	-	-	-	-

À semelhança da questão anterior, 52,7% dos turistas responde ‘não sei’ e 0,2% não vê qualquer interesse na certificação ambiental. Os restantes turistas associam a certificação ambiental à conservação/preservação da natureza (18,7%), ao desenvolvimento sustentável (14,7%), à relação preço/qualidade (13,7%) e à educação ambiental (12,6%). Os guias (69,7%) e as empresas de animação turística-ambiente (74,1%) associam a certificação

ambiental à garantia da qualidade do serviço ao cliente e ao aumento do grau de competitividade. Apenas 9,1% dos guias e 14,8% das empresas de animação turística não estabelece qualquer relação entre a certificação ambiental e os itens de interesse.

A tipologia, localização e seleção/escolha do alojamento são apresentadas no Quadro 4.22. A grande maioria dos turistas fica em hotéis e similares (84,7%), na cidade do Funchal (65,8%). Uma percentagem razoável fica hospedada em meio rural, a sul (26,3%) e a norte (13,0%) da ilha da Madeira. Menos de metade dos turistas (45,6%) reporta uma escolha criteriosa do alojamento; contudo, apenas 8,9% dos turistas procedem à escolha do alojamento em função das boas práticas ambientais. As propostas dos guias e das empresas de animação turística-ambiente para tornar a atividade turística mais sustentável na RAM são apresentadas nos anexos A4.1 e A4.2. De realçar, a preocupação na limpeza/conservação dos trilhos, o envolvimento dos turistas em ações ambientais, a segurança, a fiscalização, a formação de quadros qualificados, a promoção da ilha e a melhoria de infraestruturas.

Quadro 4.22 Alojamento: tipologia, localização e seleção/escolha pelos turistas.

Alojamento	Turistas	
	n	%
Tipologia [†] (n = 910)		
Hotel e similares	771	84,7
Pousada	61	6,7
Casa alugada	56	6,2
‘Quinta’	45	4,9
Casa família	28	3,1
Camping	11	1,2
Casa de amigos	10	1,1
Outros [‡]	4	0,4
Localização [†] (n = 767)		
Cidade Funchal	505	65,8
Cidade Machico	96	12,5
Cidade Santa Cruz	39	5,1
Cidade Câmara de Lobos	14	1,8
Meio rural, a sul da ilha	202	26,3
Meio rural, a norte da ilha	100	13,0
Escolha/opção (n = 822)		
Criteriosa	375	45,6
Casual	214	26,0
Criteriosa pelas boas práticas ambientais	73	8,9
Nenhuma das anteriores	160	19,5

[†]A frequência relativa está calculada em função do total dos inquéritos aos turistas. [‡]Casa de férias, residência de estudantes.

4.2 Câmaras Municipais da ilha da Madeira

A análise de conteúdo ao questionário aplicado às CM, dos dez concelhos da ilha da Madeira, está sistematizada no Quadro 4.23. A informação é ordenada face às questões próprias dos questionários e é apresentada em termos de frequências absolutas e relativas. No sentido de identificar possíveis semelhanças e diferenças, as CM foram divididas em função da sua localização geográfica, i.e., a norte e a sul da ilha. A importância ou peso do turismo na economia do concelho é elevada para duas CM a norte e duas a sul da ilha da Madeira. Uma autarquia do norte não respondeu à questão e há três a sul que admitem que o turismo tem pouca ou nenhuma importância, na globalidade da sua economia. Em relação à população ativa, direta ou indiretamente ligada ao turismo, 40% das CM não respondem ou afastam-se da questão e 30% apresentam uma resposta vaga e/ou confusa. Na identificação dos tipos de turismo que possam existir nos respetivos concelhos, as três autarquias do norte e três do sul indicam o turismo de natureza. Logo de seguida, encontra-se o turismo rural e o turismo histórico, cultural e social, ambos com 20%.

Na abordagem sobre os tipos de turismo que se implementaram em função do POT, da RAM, 60% das CM reportam não ter aplicação ou ser pouco expressivo, e outras 20% não responderam ou afastam-se da questão. Um município do norte e cinco do sul da ilha, que correspondem a 60% do total, admitem o fenómeno da sazonalidade. Não há uniformidade de resposta nos municípios a norte. As CM que indicam sazonalidade relatam os períodos seguintes: (1) o verão; (2) da primavera a meados do verão, para os turistas que pretendem contactar com a natureza; (3) os períodos de férias, para os turistas nacionais; (4) de junho a setembro, na época de Natal e passagem de ano; e (5) períodos de férias, em particular a páscoa e o verão, para o turismo de hotel e praia (dados não apresentados). Alguns municípios referem que a sazonalidade ocorre apenas com os turistas de nacionalidade portuguesa e há outro que especifica que o turismo de montanha, praticado sobretudo por franceses, parece não apresentar qualquer padrão de sazonalidade.

Quadro 4.23 Análise de conteúdo ao questionário aplicado às Câmaras Municipais da ilha da Madeira.

Questões [†]	Concelhos			
	Norte	Sul	Total	
	n = 3	n = 7	n = 10	%
A. Importância/peso do turismo sobre a totalidade das atividades económicas				
Muita importância	2	2	4	40,0
Pouca e/ou nenhuma importância	-	3	3	30,0
≥40%	-	2	2	20,0
Não responde e/ou foge à questão	1	-	1	10,0
B. Conhecimento da percentagem ou peso da população ativa direta e indiretamente ligada ao turismo				
Claro e/ou objetivo	-	3	3	30,0
Vago e/ou confuso	-	3	3	30,0
Não responde e/ou foge à questão	3	1	4	40,0
C. Tipos de turismo mais comuns no Concelho				
Turismo de natureza	3	3	6	60,0
Turismo rural	-	2	2	20,0
Turismo histórico, cultural e social	1	1	2	20,0
Turismo de aventura	1	-	1	10,0
Turismo balnear (praia)	-	1	1	10,0
Turismo de cruzeiro	-	1	1	10,0
Turismo de lazer	-	1	1	10,0
Turismo de massas	-	1	1	10,0
Turismo de passagem	1	-	1	10,0
Turismo sénior	-	1	1	10,0
Ecoturismo	1	-	1	10,0
D. Padrão de sazonalidade				
Existe	1	5	6	60,0
Não existe e/ou pouco significativo	1	2	3	30,0
Não responde	1	-	1	10,0
E. Locais/atrações turísticas mais procurados				
Com base na natureza				
Interesse geológico	2	1	3	30,0
Lagoas	-	1	1	10,0
Laurissilva	1	1	2	20,0
Levadas/veredas	2	6	8	80,0
Montanhas	-	1	1	10,0
Passeios de barco	-	1	1	10,0
Praias/piscinas naturais	1	2	3	30,0
Reservas marítimas	-	1	1	10,0
Património edificado e histórico-cultural				
Antigas estradas reginais	1	-	1	10,0
Atividades típicas/tradicionais	1	1	2	20,0
Centros urbanos	-	1	1	10,0
Gastronomia	1	-	1	10,0
Habitações tradicionais	1	-	1	10,0
Igrejas e capelas	1	1	2	20,0
Jardins	-	1	1	10,0
Miradouros	1	6	7	70,0
Moinhos/engenhos	1	2	3	30,0
Museus/centros e galerias de arte	-	5	5	50,0
Parques de merendas	1	-	1	10,0
Teleféricos	2	-	2	20,0

Quadro 4.23 Continuação.

Questões [†]	Concelhos			
	Norte	Sul	Total	
	n = 3	n = 7	n = 10	%
F. Atividades económicas, sociais e culturais associadas ao turismo				
Económicas	3	6	9	90,0
Socioculturais	1	5	6	60,0
G. Problemas do Município solucionados pela atividade turística				
Dinamiza a economia local	-	2	2	20,0
Gera emprego	1	3	4	40,0
Gera rendimento	-	1	1	10,0
Melhora a ação social da câmara	-	1	1	10,0
Preservação ambiental	1	-	1	10,0
Preservação da identidade cultural e patrimonial	1	-	1	10,0
Sem efeitos significativos	-	1	1	10,0
Não responde e/ou foge à questão	2	2	4	40,0
H. Existência de um plano estratégico para o turismo				
Sim	1	-	1	10,0
Em reflexão	-	1	1	10,0
Não	1	5	6	60,0
Não responde e/ou foge à questão	1	1	2	20,0
K. Articulação com a Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes				
Sim	-	3	3	30,0
Não/pouco significativa	1	4	5	50,0
Não responde/foge à questão	2	-	2	20,0
L. Tipos de turismo assumidos em função do POT e respetiva oferta temática para o concelho				
Turismo rural	1	-	1	10,0
Animação noturna	-	1	1	10,0
Sem aplicação e/ou pouco expressivo	1	5	6	60,0
Não responde/foge à questão	1	1	2	20,0
M. Campanhas para a promoção da oferta temática proposta no POT				
Clara e objetiva	1	-	1	10,0
Vago e/ou confuso	1	3	4	40,0
Nenhuma	-	2	2	20,0
Não responde/foge à questão	1	2	3	30,0
N. Outros recursos endógenos (referências e/ou promovidos)				
Com base na natureza				
Áreas protegidas	-	1	1	10,0
Desportos de aventura	-	1	1	10,0
Desportos radicais	-	1	1	10,0
Floresta Laurissilva	2	2	4	40,0
Levadas e/ou veredas	-	4	4	40,0
Mar	-	3	3	30,0
Paisagem e/ou ‘pôr-do-sol’	1	2	3	30,0
Recursos geológicos	1	-	1	10,0
Roteiro da água	1	-	1	10,0

Quadro 4.23 Continuação.

Questões [†]	Concelhos			
	Norte	Sul	Total	
	n = 3	n = 7	n = 10	%
Outros				
Agroturismo	1	-	1	10,0
Candidaturas a galardões internacionais	1	-	1	10,0
Concursos de fotografia	-	1	1	10,0
Museus	-	1	1	10,0
Não responde/foge à questão	-	1	1	10,0
O. A importância do ecoturismo no concelho				
Já é importante	2	3	5	50,0
Em expansão	-	1	1	10,0
Nicho muito específico e restrito	1	1	2	20,0
Sem uma estratégia	-	1	1	10,0
Não responde/foge à questão	-	1	1	10,0
P. Princípios a respeitar no desenvolvimento do ecoturismo				
Desenvolvimento sustentável	1	1	2	20,0
Ambiental	2	2	4	40,0
Económico	1	1	2	20,0
Sociocultural	1	2	3	30,0
Turístico	1	-	1	10,0
Preservação/conservação				
Espaços públicos: jardins, miradouros,...	-	1	1	10,0
Património histórico-cultural	1	1	2	20,0
Património natural/meio ambiente	1	4	5	50,0
Património social	1	-	1	10,0
Aprendizagem/formação				
Ambiente	1	1	2	20,0
Cultura	1	-	1	10,0
Beneficia				
Ambiente	1	-	1	10,0
Clientes/turistas	1	-	1	10,0
Comunidades locais	1	-	1	10,0
Não responde/foge à questão	-	2	2	20,0
Q. Atividades típicas do ecoturismo				
Atividades baseadas na natureza	2	4	6	60,0
Atividades culturais	1	-	1	10,0
Atividades de lazer	1	-	1	10,0
Contemplanção de obras de engenharia e arquitetura	-	1	1	10,0
Gastronomia típica	1	-	1	10,0
Hotelaria com 'rótulos ecológicos'	-	1	1	10,0
Não responde/foge à questão	1	3	4	40,0
R. Oferta/propostas de ecoturismo no concelho				
Meios				
'Boca-a-boca'	-	1	1	10,0
<i>Flyers</i>	-	1	1	10,0
Internet	-	1	1	10,0
Oferta				
Conceito de ecoaldeia	1	-	1	10,0
Informação cuidada	-	1	1	10,0
Natural/genuíno	-	1	1	10,0
Segurança	-	1	1	10,0

Quadro 4.23 Continuação.

Questões [†]	Concelhos			
	Norte	Sul	Total	
	n = 3	n = 7	n = 10	%
Patrocinar a conservação ambiental	-	1	1	10,0
Melhorar				
Bem-estar das populações locais	-	2	2	20,0
Conhecimento ambiental	-	1	1	10,0
Conhecimento cultural	-	1	1	10,0
Vago e/ou confuso	2	-	2	20,0
Não responde/foge à questão	-	2	2	20,0
S. Resultados pretendidos com o ecoturismo				
Diminuição dos impactos estético-paisagísticos	1	-	1	10,0
Elevação do volume da atividade turística	1	1	2	20,0
Envolvimento da população	-	1	1	10,0
Desenvolvimento sustentável	2	1	3	30,0
Melhoria das áreas protegidas	1	-	1	10,0
Preservação/conservação				
Património cultural	2	1	3	30,0
Património natural	2	2	4	40,0
Referência a nível nacional	-	1	1	10,0
Não responde/foge à questão	-	3	3	30,0
T. Caracterização do ecoturismo no concelho				
Agroturismo	1	-	1	10,0
Apoiado na cultura/tradições	-	1	1	10,0
Baseado na natureza	1	4	5	50,0
Conceito de ecoaldeia	1	-	1	10,0
Infraestruturas ecoturísticas no campo de golfe	-	1	1	10,0
Turismo de habitação	1	-	1	10,0
Turismo rural	1	-	1	10,0
Vertente etnográfica	-	1	1	10,0
Não responde/foge à questão	2	1	3	30,0
U. Caracterização do turismo verde e turismo sustentável				
Contribui para a economia das famílias locais	-	1	1	10,0
Equilíbrio entre meio ambiente e turismo	-	1	1	10,0
Igual a ecoturismo	2	1	3	30,0
Locais defendem a sua cultura e meio ambiente	-	1	1	10,0
Não provoca problemas ambientais	-	1	1	10,0
Respeito pelas culturas locais	-	1	1	10,0
Vago e/ou confuso	-	1	1	10,0
Não responde/foge à questão	1	3	4	40,0

[†]As questões I e J não foram incluídas por falta de resposta.

Os locais/atrações turísticas mais procurados em oito dos municípios da ilha da Madeira são as 'levadas'/veredas. Dois municípios fazem referência à Floresta Laurissilva enquanto três assinalam locais de interesse geológico e/ou praias/piscinas naturais. O património edificado e histórico-cultural é referido de forma dispersa por todos as autarquias, evidenciando-se os miradouros (70%) e os museus/centros e galerias de arte (50%). As atividades socioeconómicas e culturais associadas ao turismo são referenciadas pela totalidade

das CM. Quatro municípios referem que a atividade turística ajuda na solução de problemas económicos, porque geram emprego. Apenas um menciona a preservação ambiental como resposta a esta questão.

A existência de um plano estratégico para o turismo é assinalada por uma CM do norte da ilha da Madeira, enquanto seis CM admitem que não o possuem. Outras duas CM não respondem ou fogem à questão. Neste contexto, metade dos municípios refere que a articulação com a SRCTT não existe ou é pouco significativa. Os tipos de turismo assumidos em função do POT e respetiva oferta temática para o concelho parecem não ter aplicação ou serem pouco expressivos em 60% dos municípios. As respostas sobre campanhas para a promoção da oferta temática é vaga e/ou confusa (40%) e nenhuma (20%). Três municípios afastam-se da questão. A Floresta Laurissilva (40%), as 'levadas'/veredas (40%), o mar (30%), e a paisagem e/ou o pôr-do-sol (30%) são os recursos endógenos mais relatados pelos municípios.

Em relação ao ecoturismo, cinco autarquias admitem que é importante no seu concelho, enquanto duas indicam que é um nicho muito restrito. Sobre as atividades típicas, quatro municípios não apresentam resposta e os restantes seis identificam as atividades baseadas na natureza como típicas do ecoturismo. Na oferta/promoção deste segmento turístico, 40% das CM responderam de forma vaga ou não responderam.

Na questão relativa aos princípios a respeitar no desenvolvimento do ecoturismo, as CM referem que o ecoturismo deve desaguar no desenvolvimento sustentável-ambiental (40%), na preservação/conservação do património natural/meio ambiente (50%) e na aprendizagem/formação (ambiente) (20%). Duas autarquias não respondem ou afastam-se da questão. A caracterização do ecoturismo no concelho, para metade dos municípios, está baseada na natureza e três não respondem ou fogem à questão. O 'turismo verde' e o 'turismo sustentável' são a mesma coisa que ecoturismo para três das CM. Quatro municípios não respondem ou afastam-se da questão.

4.3 Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes

A informação obtida pela SRCTT, através da DRT, foi sistematizada e apresentada no Quadro 4.24. O sector do turismo representa entre 21% a 24% do PIB regional. A 'Conta Satélite do Turismo', dados de 2001, refere, também, que o sector do turismo (alojamento e restauração) é responsável por 14,3% dos postos de trabalho na RAM. A DRT não identifica

qualquer tipo de turismo mais frequente na ilha da Madeira. Ao turismo, é igualmente associado o desenvolvimento e consolidação económica, a par do enriquecimento cultural e social das populações, pelo intercâmbio residentes-turistas.

A DRT considera que o POT define a estratégia de desenvolvimento do turismo na RAM e o modelo territorial a adotar para orientar os investimentos públicos e privados. Desta forma, a DRT refere que é possível uma melhor distribuição dos alojamentos e equipamentos turísticos, e potenciar o aproveitamento dos recursos humanos, culturais e naturais.

Em relação ao ecoturismo, a resposta da DRT foi a seguinte: ‘se atendermos à definição mais purista de ecoturismo (segmento do turismo que se desenvolve em áreas naturais, relativamente virgens, normalmente praticado em zonas protegidas, onde os turistas são levados a cumprir um conjunto de regras predefinidas com vista à preservação dos ecossistemas no seu estado natural, da sua vida selvagem e da sua população nativa), não será correto afirmar que o ecoturismo seja uma realidade no destino Madeira’. A DRT refere, também, que a promoção do destino Madeira baseia-se nos seus atributos, entre eles, o seu património natural. As atividades típicas do ecoturismo são os passeios a pé, a observação de aves, a observação de cetáceos, o turismo em espaço rural, o *canyoning*, o parapente, a asa delta e o cicloturismo. Na oferta/promoção do ecoturismo a DRT refere que os *stakeholders* têm consciência ambiental e um profundo conhecimento do mercado e, por isso, nada a alterar.

Os princípios a respeitar no desenvolvimento do ecoturismo pela DRT são: (1) o respeito pela floresta indígena da ilha da Madeira; (2) o índice de construção; (3) a manutenção de espaços verdes; e (4) as ações de sensibilização dos seus habitantes. A qualificação ambiental da oferta turística é também uma preocupação da SRCTT. Esta instituição procede, ainda, à atribuição do distintivo ‘amigo do ambiente’ às empresas que respeitam as diretrizes inerentes à qualificação ambiental.

Quadro 4.24 Análise de conteúdo ao questionário aplicado à Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes, através da Direção Regional do Turismo.

Questões [†]	Direção Regional do Turismo
A.	Tipos de turismo mais comuns na ilha da Madeira Identifica principais atributos da Madeira (beleza paisagística, amenidade climática, ambiente urbano com algum valor arquitetónico, amabilidade das pessoas, segurança, cultura tradicional com aspetos pitorescos, qualidade dos serviços e infraestruturas, desportos do mar e de montanha, cartaz anual de animação turística com eventos regionais); Refere a motivações para as visitas à Madeira /natureza e clima.
B.	Conhecimento da percentagem ou peso da população ativa direta e indiretamente ligada ao turismo Sector com peso entre 21% e 24% no PIB regional (estudo sobre o PIB da RAM, em 2002); 14,3% dos postos de trabalho existentes na RAM (alojamento e restauração), segundo a Conta Satélite do Turismo da Madeira, elaborado em 2008, com dados de 2001.
C.	Problemas solucionados pela atividade turística Desenvolvimento e consolidação económica; Enriquecimento cultural e social das populações (intercâmbio residentes – turistas)
D.	Plano estratégico para o turismo na ilha da Madeira/POT POT define: Estratégia de desenvolvimento do turismo na região; Modelo territorial a adotar para orientar os investimentos públicos e privados; POT garante: Melhor distribuição dos alojamentos e equipamentos turísticos; Melhor aproveitamento dos recursos humanos; POT é um documento orientador, não obriga a uma posição única e obrigatória; Prazo a expirar (2012): a ser revisto ainda durante este ano.
K.	Princípios a respeitar no desenvolvimento do ecoturismo Respeito pela floresta indígena da ilha da Madeira (reliquia que data da Era Terciária); Índice de construção; Manutenção de espaços verdes; Ações de sensibilização dos habitantes.
L.	Atividades típicas do ecoturismo Passeios a pé Observação de aves Observação de cetáceos Turismo em espaço rural <i>Canyoning</i> Parapente e asa delta Cicloturismo
M.	Oferta/propostas de ecoturismo na ilha Apresenta inúmeras atrações para os amantes de ecoturismo e do turismo de natureza; Qualidade ambiental das atividades turísticas; Oferta sustentada do sector turístico; <i>Stakeholders</i> envolvidos com consciência ambiental enraizada e profundo conhecimento do mercado.
P.	Caracterização do turismo verde e turismo sustentável Qualificação ambiental da oferta turística constitui uma linha de atuação estratégica fundamental da Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes; Desenvolveu o distintivo “amigo do ambiente”, entregue a empresas que respeitem as diretrizes.

[†] As questões E, F, G, H, I, J, N, O e Q não foram incluídas por irrelevância das respostas.

4.4 Sítios eletrónicos das empresas de animação turística-ambiente e alojamentos galardoados com a ‘Chave Verde 2012’ e campanhas de promoção do destino Madeira.

A análise de conteúdo dos sítios eletrónicos das empresas de animação turística-ambiente é sistematizada a partir do local, tipo de turismo, atividades baseadas na natureza e educação ambiental (Quadro 4.25). Nove empresas de animação turística-ambiente estão localizadas no Funchal. Em sete dos dezasseis sítios não se faz referência ao tipo, ou tipos, de turismo para que as empresas de animação turística-ambiente estão preparadas. O ecoturismo e o turismo ativo surgem em 3 empresas de animação turística-ambiente e a expressão ‘turismo de natureza’ não é utilizada em nenhuma delas. A totalidade dos sítios apresenta atividades baseadas na natureza, em três campos distintos: a montanha, a observação de fauna/flora e o mar. O primeiro atinge quase o pleno, 15 empresas em 16 consultadas. O mar é referido apenas numa delas. A educação ambiental associada às atividades figura em 12,5% dos sítios consultados de empresas de animação turística-ambiente.

Quadro 4.25 Análise de conteúdo dos sítios eletrónicos de empresas de animação turística-ambiente: 09-04-2012 a 15-04-2012.

Indicadores	Empresas de Animação Turísticas - Ambiente [†] (n= 16)																Frequência	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	n	%
Funchal	✓	✓	✓	✓					✓	✓	✓	✓				✓	9	56,3
Turismo	✓			✓	✓	✓			✓	✓	✓	✓			✓		9	56,3
Ativo	✓								✓			✓					3	18,8
Aventura	✓																1	6,3
Natureza																	-	-
Ecoturismo				✓		✓				✓							3	18,8
Rural															✓		1	6,3
Sustentável				✓		✓											2	12,5
Atividades	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	16	100,0
Mar	✓																1	6,3
Montanha	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	15	93,8
Obs. fauna/flora		✓		✓								✓	✓				4	25,0
Ed. ambiental			✓		✓												2	12,5

[†]1, Terras de Aventura; 2, Madeira Aventura; 3, Madeira *Explorers*; 4, Madeira *Wind Birds*; 5, Madeira *Leisurelite*; 6, *Mountain Expedition*; 7, *Pride of Madeira*; 8, *By Nature*; 9, *Harmony in Nature*; 10, Madeira *Blue Sun*; 11, *Klube Klippe*; 12, *Adventure Kingdom*; 13, *Nautipos Fishing Lda.*; 14, Madeira *Eco-Ramblers*; 15, Ilha e Montanha; 16, Madeira *Adventura Park*.

A análise de conteúdo dos sítios eletrónicos dos alojamentos hoteleiros com a certificação ambiental ‘Chave Verde’ (n = 9), atribuída em 2012, é apresentada no Quadro 4.26.

A maioria dos alojamentos hoteleiros (66,7%) localiza-se no concelho do Funchal e 77,8%, oferecem atividades com base na natureza, mar e montanha. A ‘observação da fauna e flora’ é apresentada em apenas 3 sítios, i.e., 33,3%. As indicações ou medidas de carácter ambiental destes alojamentos hoteleiros estão expostas em 7 dos 9 sítios consultados. A referência à certificação ‘Chave Verde 2012’ é feita em 5 sítios.

Quadro 4.26 Análise de conteúdo dos sítios eletrónicos dos alojamentos hoteleiros galardoados com a ‘Green Key’[†] 2012[†]: 09-04-2012 a 15-04-2012.

Indicadores	Alojamento [‡] (n = 9)									Frequência	
	a	b	c	d	e	f	g	h	i	n	%
Funchal	✓	✓			✓	✓	✓	✓		6	66,7
Atividades			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	77,8
Mar			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	77,8
Montanha			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	77,8
Observação da fauna/flora			✓	✓					✓	3	33,3
Indicações de base ambiental			✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	7	77,8
Referência à certificação	✓		✓	✓	✓			✓		5	55,6

[†] ‘Chave Verde’: galardão internacional de Educação Ambiental que promove o turismo sustentável através do reconhecimento das boas práticas, em 16 países. Iniciativa da responsabilidade da Fundação para a Educação Ambiental, coordenada em Portugal pela Associação Bandeira Azul. [‡]a, Pestana *Village Garden Resort Aparthotel*; b, Orca Praia Hotel; c, *Sport Hotel Galosol*; d, Hotel Alpino Atlântico; e, Hotel Pestana Bay; f, Pestana *Miramar Garden Resort Aparthotel*; g, Pestana *Promenade Ocean Resort Hotel*; h, Pestana *Palms Ocean Aparthotel*; i, Hotel Jardim Atlântico.

A análise de conteúdo de 79 campanhas internacionais de promoção do destino Madeira, em 16 países, está sintetizada no Quadro 4.27. A referência a um, ou mais tipos de turismo ocorre em 2 campanhas francesas e corresponde a 2,5% do total das campanhas consultadas. No total das campanhas, 24 (30,4%) apresentam atividades e, nestas, 7 identificam atividades relacionadas com o mar, e 6 com a montanha. Os mercados inglês (9 campanhas) e alemão (6 campanhas) são os que concentram a maioria das propostas de atividades baseadas na natureza. A paisagem natural é a ilustração que domina e é utilizada em 39 (49,4%) campanhas internacionais do destino Madeira.

Quadro 4.27 Análise de conteúdo das campanhas internacionais de promoção do destino Madeira da responsabilidade da Associação de Promoção da Região Autónoma da Madeira[†] (APMadeira), 2007 – 2011.

Indicadores	Países [‡] (n = 79)																Frequência	
	DE	AT	BE	DK	AE	ES	FI	FR	IE	IT	NO	NL	PT	GB	SE	CH	n	%
	(n=21)	(n=4)	(n=3)	(n=3)	(n=2)	(n=7)	(n=1)	(n=6)	(n=1)	(n=1)	(n=1)	(n=7)	(n=1)	(n=18)	(n=1)	(n=2)		
Turismo	-	-	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2,5
Ativo								✓									1	1,3
Aventura								✓									1	1,3
Natureza																	-	-
Ecoturismo																	-	-
Rural																	-	-
Sustentável																	-	-
Atividades	6	-	1	1	-	1	-	2	1	-	-	3	-	9	-	-	24	30,4
Mar	✓			✓		✓		✓	✓			✓		✓			7	8,9
Montanha	✓		✓	✓				✓				✓		✓			6	7,6
Observação fauna/flora	✓			✓				✓				✓		✓			5	6,3
Ilustração	20	4	3	3	2	6	-	5	1	1	1	7	1	18	1	2	75	94,9
Paisagem natural	11	2	1	-	2	1	-	4	1	1	-	4	1	8	1	2	39	49,4
Paisagem humanizada	3	-	1	-	-	2	-	-	-	-	-	3	-	2	-	-	11	13,9
Jardim Botânico	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	3	3,8
Litoral balnear	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	3	3,8
Litoral humanizado	2	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	4	5,1
Baía do Funchal	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1,3
Cristiano Ronaldo	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	2,5
Gentes (autóctones)	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1,3
Mistura	2	1	1	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	5	-	-	11	13,9
Indeterminada/inexistente	1	-	-	-	-	1	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	4	5,1

Fonte: http://www.ap-madeira.pt/madeira/apm/marca_campanhas.asp; 29-04-2012 e 30-04-2012

[†] Fundada em agosto de 2004 pela Secretaria Regional do Turismo (entidade pública) e a Associação Comercial e Industrial do Funchal-ACIF (entidade privada). [‡] Sigla de países segundo a norma ISO 3166: DE, Alemanha; AT, Áustria; BE, Bélgica; DK, Dinamarca; AE, Emirados Árabes Unidos; ES, Espanha; FI, Finlândia; FR, França; IE, Irlanda; IT, Itália; NO, Noruega; NL, Holanda; PT, Portugal; GB, Reino Unido; SE, Suécia; CH, Suíça.

4.5 Regressão logística multinominal

A regressão logística multinominal foi utilizada para identificar os preditores da disponibilidade dos turistas para pagar uma sobretaxa (*willing to pay*), a aplicar na minimização dos impactos da sua atividade turística. Os resultados são apresentados no Quadro 4.28.

Quadro 4.28 Modelo de regressão logística multinominal para a disponibilidade para pagar uma taxa (*willing to pay*).

Disponibilidade para pagar uma taxa (<i>willing to pay</i>)	RRR [†]	Erro padrão	<i>p</i>	IC [‡] 95%
Nenhuma				
Estatuto socioeconómico				
Médio	0,821	0,235	0,492	0,469-1,439
Elevado	1,022	0,226	0,920	0,663-1,577
Frequência de visitas a ambientes naturais	1,044	0,018	0,014	1,009-1,080
Custo da atividade/ <i>tour</i> /visita				
Barato	1,968	0,825	0,107	0,865-4,477
Razoável	0,852	0,272	0,617	0,456-1,593
Caro	1,606	0,993	0,444	0,478-5,399
Disponível				
Estatuto socioeconómico				
Médio	0,559	0,155	0,036	0,325-0,962
Elevado	0,851	0,176	0,434	0,568-1,275
Frequência de visitas a ambientes naturais	1,027	0,019	0,146	0,991-1,064
Custo da atividade/ <i>tour</i> /visita				
Barato	2,029	0,888	0,106	0,860-4,785
Razoável	1,404	0,466	0,307	0,732-2,692
Caro	1,980	1,242	0,276	0,579-6,770
Concordo, mas não estou disponível				
Estatuto socioeconómico				
Médio	0,561	0,188	0,085	0,291-1,083
Elevado	0,537	0,141	0,018	0,320-0,900
Frequência de visitas a ambientes naturais	0,995	0,031	0,867	0,937-1,058
Custo da atividade/ <i>tour</i> /visita				
Barato	1,620	0,964	0,418	0,504-5,203
Razoável	1,504	0,683	0,369	0,618-3,666
Caro	2,343	1,829	0,275	0,507-10,823
Não sei (categoria de base)				

[†]RRR= Razão de risco relativo; [‡]IC 95% = Intervalo de confiança 95%.

O modelo final revelou um efeito significativo ($p = 0,014$) da frequência de visitas a ambientes naturais, na comparação das categorias ‘nenhuma disponibilidade para pagar’ *versus* ‘não sei’ e do ESE, nas categorias ‘disponível’ *versus* ‘não sei’ ($p = 0,036$) e ‘concordo, mas não estou disponível’ *versus* ‘não sei’. A razão de risco relativo (RRR) para o aumento de uma unidade na variável ‘frequência de visitas a ambientes naturais’ é 1,044, para

estar na categoria ‘nenhuma disponibilidade para pagar *versus* não sei’, i.e., quanto maior o número de visitas turísticas a ambientes naturais, maior é a possibilidade de responder ‘nenhuma disponibilidade para pagar’, comparativamente à opção ‘não sei’. A RRR de mudar do ESE baixo para o ESE médio é 0.559, para estar na categoria ‘disponível’ *versus* ‘não sei’, i.e., o risco esperado de estar na categoria ‘disponível’ é mais baixo para os turistas do ESE médio. De forma similar, a RRR de mudar do ESE baixo para o ESE elevado é 0.537, para estar na categoria ‘concordo, mas não estou disponível’ *versus* ‘não sei’, i.e., o risco esperado de estar na categoria ‘concordo, mas não estou disponível’ é mais baixo para os turistas do ESE elevado. O custo da atividade não é um preditor estatisticamente significativo da disponibilidade para pagar uma taxa.

5

Discussão

5 Discussão dos resultados

5.1 Caracterização do ecoturismo na ilha da Madeira

O primeiro objetivo da presente pesquisa foi caracterizar o ecoturismo na ilha da Madeira e essa pretensão foi baseada na análise descritiva e/ou de conteúdo dos resultados obtidos nos diferentes *stakeholders*.

As qualidades da ilha, i.e., os atributos mais destacados pelos turistas concentraram-se no ‘clima’, na ‘natureza’ e no ‘mar’. A ‘simpatia’ foi o primeiro item humano a surgir, entre os atributos. A listagem obtida pela identificação pessoal de ‘outros atributos’ foi reveladora da importância da natureza na qualificação da ilha. A proximidade de Portugal Continental e ao resto da Europa foi, também, uma referência muito interessante. Beaumont (2011), Medina (2005) e Weaver (2005) referem que a escolha, pelos ecoturistas, de destinos próximos é intencional e reveladora da defesa de sustentabilidade da sua atividade. O ecoturismo deixa de ser válido, ou, pelo menos, é censurado, quando as viagens são feitas para longas distâncias, com recurso ao transporte aéreo (Duffy, 2006; Gössling *et al.*, 2002); não obstante, a própria insularidade potencia o uso desse modo de transporte e consequentes prejuízos ambientais por utilizar recursos energéticos não renováveis.

Os destinos de férias preferidos pelos turistas foram a ‘natureza’, a ‘montanha’ e a ‘praia/mar/sol’, numa eficácia interessante em relação às qualidades que os mesmos determinaram para a ilha. A escolha do destino ‘ilhas’ foi igualmente significativa. As ilhas, pelo isolamento da sua condição, podem ser perspectivadas como lugares *sui generis*, cheios de endemismos e, por tudo isso, únicas. Esta abordagem reforça a ideia de que nenhuma área turística é igual e, assim, é difícil uma definição universal de ecoturismo (Björk, 2007).

Os locais de interesse turístico baseados na natureza na ilha da Madeira disseminam-se, largamente, pelo PNM. O PNM ocupa cerca de 2/3 da ilha e tem a particularidade de estar totalmente aberto ao público. No PNM destacam-se a Floresta Laurissilva e o Maciço Montanhoso Central (PNM, 2012). Os turistas inquiridos raramente foram capazes de identificar o local onde se encontravam. Por exemplo, a Floresta Laurissilva, uma formação endémica macaronésia com cerca de 1500 quilómetros de ‘levadas’ e antigos caminhos e veredas, foi apenas assinalada, corretamente, por 42,0% dos turistas. A ‘levada’ foi o emblema quase exclusivo das

caminhadas, sem outro cenário ou suporte físico. Isto revelou, também, alguma falta de entendimento sobre os espaços visitados e, em última análise, uma ligeireza na questão da oportunidade em aprender. A aprendizagem é um dos itens fortes do ecoturismo (Beaumont, 2011; Weaver, 2005; Holden e Sparrowhawk, 2002).

A caminhada foi a atividade identificada como mais popular e proporcionava-se facilmente em ambiente natural, rural e, até mesmo, urbano da ilha da Madeira. Há uma quantidade considerável de percursos pedestres, entre ‘levadas’, caminhos e veredas. Os atuais 28 percursos pedestres recomendados estão classificados de pequenas rotas (PR), pelo Decreto Legislativo Regional n.º 7B/2000/M, de 20 de março, de 2000, alterado pelo Despacho Conjunto das Secretarias Regionais do Turismo e Transportes e dos Recursos Naturais (Jornal Oficial da Região Autónoma da Madeira [JORAM] n.º 157, de 20 de agosto – Série II). A totalidade dos percursos apresenta menos de 20 km de extensão, cada um, e estão maioritariamente avaliados em fáceis ou de dificuldade moderada. A popularidade do *trekking* não teve paralelo com outras atividades baseadas na natureza com potencial ecoturístico como, por exemplo, a observação da fauna e da flora ou as mais fisicamente exigentes e de maior risco. A atitude de não correr riscos desnecessários foi, também, observada por Holden e Sparrowhawk (2002) num estudo realizado em 156 ‘*trekkers*’ que visitaram as aldeias de Ghorepani e Tatopani, na área de Annapurna, no Nepal. A faixa etária dos turistas inquiridos pode, tal-qualmente, ser determinante no tipo de procura das atividades. A maioria dos elementos da amostra da presente pesquisa tinha 56 anos ou mais.

A preparação da atividade pelos turistas poderia ajudar a identificar a presença de ‘ecoturismo’ na ilha da Madeira. A espontaneidade ou o complemento a outras atividades na ilha foi revelador de um certo acaso; contudo, um número muito significativo de turistas tomou conhecimento do local pela internet, antes de chegar à Madeira e optou por empresas de animação turística-ambiente, com guias de natureza. Ainda assim, a educação ambiental prévia à atividade não aconteceu, nem houve o cuidado de considerar os serviços de empresas com certificação ambiental. Este padrão distancia-se da reconhecida dimensão do ecoturismo, na preocupação sobre os efeitos dos comportamentos dos turistas nas áreas visitadas. Uma atitude similar foi observada por Lopes-Gamero *et al.* (2011) e Hovards e Stamou (2006) em Espanha e Grécia, respetivamente.

A análise dos sítios eletrónicos das empresas de animação turística-ambiente revelou um conjunto de atividades distribuídas pelo mar e a montanha; contudo, as atividades de montanha foram as mais identificadas nos sítios das empresas de animação turística-ambiente. As caminhadas, as ‘levadas’ e o ‘*jeep safari*’ foram as mais referidas, mas algumas das empresas apresentavam propostas mais radicais. Esta lista ia ao encontro das atividades baseadas na natureza mais procuradas pelos turistas, na ilha da Madeira. A questão em aberto é se a oferta é que induz a procura ou é esta que a condiciona; não obstante, a frequência assídua, de uma a duas vezes por ano, com que estes turistas faziam viagens a ambientes naturais, talvez indicie que são eles a estimular a oferta. E aqui, a ilha pode correr sérios riscos, nomeadamente, com a exploração de novos ambientes naturais, na sobrecarga das atrações tradicionais ou na promoção de produtos com rótulo verde duvidoso.

As campanhas internacionais de promoção do destino Madeira (2007-2011) foram apoiadas em imagens fotográficas e, por vezes, cartográficas da ilha; todavia, menos de metade das ilustrações correspondia a paisagens com predominância de elementos naturais. As atrações e/ou atividades para um turismo com base na natureza foram pouco identificadas. A referência a segmentos do turismo de natureza só ocorreu em duas campanhas realizadas em França, das 79 que analisamos. O ‘turismo ativo’ e o ‘turismo de aventura’ apareceram, apenas, uma vez, num período de 5 anos (APMadeira, 2012). Tais características poderão revelar: (1) algum receio em definir os principais produtos turísticos que a ilha pode oferecer, prevenindo as omissões que levem a menor procura; (2) a desresponsabilização, pública e privada, sobre possíveis expectativas criadas em torno de segmentos de turismo muito específicos e ambientalmente muito exigentes; (3) uma certa inércia em inovar nos produtos promocionais; (4) a falta de conhecimento sobre as mudanças paradigmáticas do turismo, no sentido de que o ecoturismo está a registar um forte crescimento à escala mundial; e (5) a ausência de contato com a realidade e com todos os tipos de *stakeholders* pelas entidades públicas locais e regional.

No conjunto das campanhas internacionais de promoção do destino Madeira, a amostra de recursos baseados na natureza e a capacidade de influenciar a procura por um turismo a eles associados foram muito pobres. A estratégia consistiu em assumir uma atitude passiva, i.e., a procura a definir a oferta. Tal opção, de acordo com Kontogeorgopoulos e Chulikavit (2010) e Björk (2000), poderá assumir riscos elevados.

Para estes autores, a comercialização do ‘produto ecoturístico’ deve ser rigorosa, porque os ecoturistas são ecologicamente esclarecidos e apresentam uma maior probabilidade para a insatisfação.

As atrações turísticas mais procuradas, em cada concelho, revelaram uma mistura de património natural e edificado. Face à reduzida dimensão da ilha é necessário que os dois tipos de património coabitem. Por exemplo, as ‘levadas’ são obras do homem que tornaram possível penetrar na FMaciloresta Laurissilva ou deambular por paisagens agrícolas, nas proximidades das povoações. Paralelamente, um conjunto de atividades é proporcionado, como as caminhadas (*trekking*). Esta simbiose entre elementos humanos e naturais continua por velhos trilhos e veredas nas montanhas que avolumam a ilha e nas arribas que a delimitam do imenso oceano ou por antigos caminhos e ‘ladeiras’ que continuam a ligar povoações isoladas.

As CM não referenciaram, explicitamente, o PNM onde todos os concelhos contribuem com partes, mais ou menos substanciais, dos seus territórios. Também as que tinham possibilidade não apresentaram os seus locais da Rede Natura 2000 e/ou as reservas naturais parciais ou integrais, terrestres e/ou marinhas. As CM listaram locais de variados tipos e/ou de acontecimentos culturais marcantes, mas não foram exaustivas. Por exemplo, a grande atração turística associada à natureza ‘levadas’ foi registada em 8 dos 10 municípios da ilha; porém, não mereceu indicação em dois, ambos com referências extraordinárias na oferta e nos programas das empresas de animação turística-ambiente. Em suma, o inventário conseguido do conjunto dos municípios ficou aquém do que foi possível obter com a informação oficial da DRT e das empresas de animação turística-ambiente.

A omissão das áreas classificadas não foi revertida pela descoberta de recursos concelhios com potencial ecoturístico. Os dez municípios da ilha da Madeira, quando confrontados com a questão para apresentar outros recursos endógenos centraram-se na multiplicação dos anteriores: percursos pedestres, ‘levadas’, atividades no mar e uma maior ligação à Laurissilva. Uma CM do norte referiu ‘roteiros da água’ como um recurso endógeno. A água, pela sua desigual distribuição natural na ilha, representou uma epopeia para os primeiros colonos e, até hoje, não totalmente explicada. As ‘levadas’ são, apenas, uma parte da logística complexa na distribuição e acumulação de água para os mais diversos fins, desde a agricultura em poios (socalcos) à produção de energia elétrica, em pequenas centrais.

Os ecoturistas inquiridos na presente pesquisa eram provenientes da Europa, sem primazia na distribuição por sexo, adultos/adultos idosos e com habilitações literárias elevadas. Características análogas foram encontradas por Kerstetter *et al.* (2004), em 418 ‘ecoturistas’ que visitaram a ilha de Taiwan, na República da China; contudo, a maioria apresentava 25-34 anos, i.e., os turistas inquiridos na ilha da Madeira pertenciam a uma faixa etária mais envelhecida. ‘Ecoturistas’ mais novos, 25-34 anos, foram, também, observados no Nepal (Holden e Sparrowhawk, 2002). De realçar, nos três estudos, a prevalência de habilitações literárias elevadas. Os nossos resultados são paralelos a um trabalho de revisão efetuado por Page e Dowling (2002). Segundo estes autores, o ecoturista tende a ser mais velho, possui habilitações literárias mais elevadas e apresenta um nível socioeconómico elevado.

O diferencial etário observado na presente amostra, comparativamente a outros estudos pode, também, refletir diferentes parâmetros da definição de ‘ecoturismo’. De acordo com Sharpley (2006), a diferenciação entre ‘turismo de aventura’ típico dos turistas mais jovens e ecoturismo é algo ‘imprecisa’ e, assim, a distinção entre os diferentes tipos de ‘ecoturistas’ pode ser igualmente ‘opaca’. No caso, a similaridade do perfil dos ‘ecoturistas’ ao perfil genérico dos turistas na ilha da Madeira (DRT, 2010) poderá, também, indicar a sua seleção na origem, optando os turistas em consciência pela Madeira de atrações e atividades baseadas na natureza. Esta ponderação merece relevo quando se considera que a proximidade da ilha ao resto da Europa Ocidental pode justificar a estrutura etária envelhecida destes turistas. Os adultos idosos sentem-se mais seguros e confortados quando viajam para locais próximos da sua residência/país, por questões de saúde física e psíquica e por afinidades sociais.

As primeiras preferências dos turistas da nossa amostra para as viagens à natureza foram o ‘sossego e tranquilidade’, a ‘beleza das paisagens’, o ‘contacto com a natureza’ e a ‘fuga à rotina’. Motivos similares foram encontrados em diferentes grupos de ‘ecoturistas’. Por exemplo, Awaritefe (2003), numa tentativa de determinar as características mais importantes de 376 turistas que visitaram a Nigéria, observou que a ‘recreação/lazer’, a ‘observação da natureza’ e os ‘artefactos históricos e culturais’ foram as atividades/motivos dominantes. Na procura de um perfil típico de ‘*trekker*’, no Nepal, Holden e Sparrowhawk (2002) concluíram que o verdadeiro ‘*trekker*’ foi aquele que estava intrinsecamente motivado pela natureza. Os principais motivos para a visita foram o ‘desfrutar a natureza’, o ‘sentir-se próximo à natureza’ e o ‘aprender com a

natureza'. Outros motivos foram a 'alteração da rotina diária', os 'novos estímulos/desafios' e o 'ser apto fisicamente'.

Beaumont (2011) observou em 15 ecoturistas que visitaram o *Lamington National Park*, Queensland, Austrália, que os motivos da visita estavam relacionados com a 'natureza e aprendizagem', o 'envolvimento com experiências na natureza' e uma forte preocupação com o 'envolvimento e sustentabilidade'. Ainda na Austrália, mais precisamente, no *Tree Top Walk*, Huges e Morrison-Saunders (2003) observaram que as respostas mais positivas de 212 turistas sobre os motivos da sua visita foram a 'beleza da floresta' e 'aprender sobre a *Tingle Forest*'. Os turistas que visitaram regularmente áreas naturais deram, também, maior importância ao 'significado espiritual' e ao 'rejuvenescimento do bem-estar' comparativamente aos turistas com presenças irregulares na natureza. Os autores concluíram que os turistas que relataram visitas frequentes à natureza apresentaram um nível mais complexo de interação com a floresta relativamente aos seus pares com visitas menos regulares. Também na Austrália, Perkins e Grace (2009) observaram que os 'ecoturistas' apresentaram motivos diferentes do 'turismo de massas'. A informação foi recolhida via questionário em dois locais distintos: *Seaword* (turismo de massas) e *World Heritage Lamington National Park* (ecoturistas). Os motivos dos 'ecoturistas' foram: o 'gosto pela natureza e estar imerso na natureza', a 'educação ou aprendizagem sobre a natureza', o 'ritmo mais lento de vida e, em alguns casos, a 'capacidade de contribuir pessoalmente para a conservação do envolvimento'. O 'turismo de massas' apresentou motivos como o 'relaxamento' e a 'diversão'.

Kerstetter *et al.* (2004), no desenvolvimento de um perfil motivacional e comportamental de um grupo de 'ecoturistas' que visitaram as zonas húmidas costeiras de Taiwan, uma importante atração turística baseada na natureza, identificaram, como motivos mais importantes, o 'interesse pelo contexto natural, incluindo as paisagens ecológicas', 'estar com a família e os amigos' e a 'saúde física'. Um outro trabalho desenvolvido por Mehmetoglu (2007), na Noruega, identificou 5 categorias de motivos, nomeadamente: a 'natureza', a 'atividade física', a 'novidade/aprendizagem', o 'alterar o dia-a-dia' e o 'contacto social'.

Genericamente, as motivações observadas na presente pesquisa foram consistentes com os conceitos-chave presentes nas definições de ecoturismo, ou seja, a

natureza como foco da viagem e a educação e conservação ambiental (ver também Perkins e Grace, 2009).

Só cerca de ¼ dos turistas inquiridos na presente pesquisa não tinham uma época do ano preferida para viajar. Os dados da DREM (2011) confirmam este relato. O número de hóspedes entrados foi maior no período compreendido entre março e outubro, com picos nos meses de maio e agosto. Na questão da sazonalidade, não houve conformidade nas dez CM da ilha. As CM do norte admitiram o fenómeno, mas as do sul, sobretudo os municípios que têm centros urbanos de maior dimensão, não foram unânimes nessa avaliação. Alguns referiram que a sazonalidade acontece apenas com turistas nacionais.

Um item estruturante das definições de ‘ecoturismo’ é a possibilidade de gerar benefícios económicos para as populações locais (Beaumont, 2011; Weaver, 2005; Lindberg *et al.*, 1996). Os resultados obtidos na presente pesquisa foram pouco estimulantes. Os turistas frequentavam, em grande número, a restauração local mas uma parte significativa dos mesmos não tinha qualquer preocupação em optar pela gastronomia com produtos autóctones. Interessante seria saber se os restaurantes adotaram ‘práticas verdes’. De acordo com Schubert *et al.* (2010), estas práticas são alcançadas através da aquisição de equipamentos para poupar energia, compra de produtos locais, participação em programas de proteção ambiental e pagamento de uma taxa para compensar as emissões de dióxido de carbono. Entre estes itens, a compra de produtos locais é uma realidade. Ainda sobre as ‘práticas verdes’, Schubert *et al.* (2010) observaram em 455 restaurantes norte-americanos, no estado de Ohio, que os clientes estavam preocupados com as questões da proteção do ambiente e que estavam disponíveis para pagar mais para compensar os custos associados às ‘práticas verdes’.

A preferência dos turistas pela localização do alojamento na cidade do Funchal acentuou, também, o afastamento daquele objetivo do ecoturismo. A larga maioria das autarquias não definiu o turismo como motor da economia local, criador de emprego ou, muito menos, gerador de rendimentos. Curioso foi que os guias e, sobretudo, as empresas de animação turística-ambiente sublinharam a importância que o turismo tinha na criação de postos de trabalho aos locais. Esta contradição poderá estar fundada em três aspetos: (1) interpretação dos ‘locais’ como o todo regional; (2) as empresas assumirem-se como criadoras de postos de trabalho; e (3) condição direta da sua própria existência profissional.

As autarquias, na caracterização que fizeram do ecoturismo nos respetivos concelhos, reforçaram o ser ‘baseado na natureza’ mas vaguearam pelo agroturismo, ecoaldeia, turismo de habitação, turismo rural, etnografia, cultura e tradições. Confrontadas com os princípios a respeitar no desenvolvimento do ecoturismo, as indicações foram interessantes em relação ao desenvolvimento sustentável e à preservação/conservação, mais especificamente, património natural. A aprendizagem/formação e possíveis benefícios do ecoturismo foram irrelevantes.

5.2 O ecoturismo no desenvolvimento sustentável da ilha da Madeira

Indo ao encontro do segundo objetivo, a atividade baseada na natureza ‘caminhadas’, pela sua escolha inequívoca e distribuição pelas vertentes norte e sul, e pelo vazio evidente no concelho mais populoso e urbano da ilha, o Funchal, poderia constituir uma referência para o desenvolvimento sustentável da ilha da Madeira; não obstante, a análise de estatísticas de turismo recentes (DREM, 2011 e 2010; DRT, 2010), aplicadas a alguns indicadores criados pelo SIET-MAC (DREM, 2006), revelou que este tipo de atividade não se refletiu numa distribuição equilibrada dos benefícios económicos. A densidade turística, i.e., o número de dormidas em empreendimentos turísticos por km², era muito elevada no concelho do Funchal que concentrava 62,2% de toda a capacidade de alojamento da RAM, sem paralelo próximo em nenhum outro ponto da ilha. Ainda o turismo em espaço rural (TER) representou, apenas, 2% do total das camas da RAM e um valor percentual baixo no total de dormidas (0,72%). A taxa líquida da ocupação/cama foi, também, baixa nos municípios a norte da ilha e o número de dormidas por município apresentou uma variação negativa para 2010, com exceção do concelho do Funchal. Este quadro não tem coerência quando, nesse ano, o Estudo do Gasto Turístico na Madeira (DRT, 2010) revelou uma viragem do tradicional motivo da viagem dos turistas ‘sol e mar’ para o ‘contacto com a natureza’ e da razão de opção pelo ‘clima ameno/bom tempo’ da Madeira para ‘natureza/paisagens’. Ao atendermos que o indicador da distribuição da procura turística por segmento assume a motivação das férias dos turistas (SIET-MAC) para classificá-lo então, em 2010, 34% dos turistas da Madeira já praticavam turismo baseado na natureza.

A estada dos turistas, quase exclusivamente centrada no Funchal, conduziu a um vaivém constante entre o alojamento e o ponto de partida para as caminhadas. A fraca

sinalização de trânsito dificultou, também, a saída/entrada no Funchal. Os turistas referiram-se à necessidade de criar novas vias de comunicação entre os pontos de atração turística, baseados na natureza, com possibilidade de pernoita e evitando, assim, consumos supérfluos de combustível, agressões ambientais e fixando as pessoas nos locais onde decorrem as atividades. Esta sugestão vai ao encontro de Gurung e Scholz (2008), quando referiram que a acessibilidade, a comunicação e as instalações turísticas são os pilares do ecoturismo. A falta de ligação entre a viagem e as opções tomadas, ou as ações concretas dos turistas, conduzem a alguma perplexidade quanto à existência de ecoturismo na ilha.

A fraca perspetiva de desenvolvimento sustentável foi agravada pelo facto de apenas uma minoria dos estabelecimentos hoteleiros apresentarem sistemas de qualidade e/ou certificação de gestão ambiental (DRT, 2012). Por outro lado, a análise de conteúdo dos sítios eletrónicos dos hotéis com o diploma internacional de educação ambiental '*Green Key*', revelou que, uma parte substancial destes não fez uso do galardão e, assim, não atraiu, para a ilha, turistas despertados para as suas ações em termos de sustentabilidade. O desenvolvimento sustentável incorpora o crescimento económico, o progresso social e as melhorias do ambiente (Liu, 2009). A este propósito, Petrosyan (2010) desenvolveu um modelo de avaliação do desenvolvimento sustentável assente nas dimensões social (população), económica (agricultura, turismo, e indústria alimentar) e ecológica (ambiente natural).

Os turistas, guias e empresas de animação turística-ambiente apresentaram perceções similares sobre a saturação dos percursos pedestres e o depósito de lixo, nomeadamente toalhetes, lenços de papel, garrafas plásticas, beatas de cigarro e embalagens, ao longo dos percursos. A própria sazonalidade do turismo na ilha, sobretudo na época alta, previsivelmente foi conducente ao maior consumo de água/energia, à maior produção de resíduos sólidos e águas residuais, e à maior importação de bens de consumo. Tais itens têm como consequência uma elevada pressão ambiental e apresentam-se como uma forma agressiva de turismo (Logar, 2010).

O ecoturismo como veículo para o desenvolvimento sustentável deve beneficiar as comunidades locais em termos económicos, gerando rendimentos que as tornem mais despertas para as vantagens de um património natural e sociocultural preservado e, se possível, ampliado (Gurung e Scholz, 2008; Stronza e Gordillo, 2008). Os resultados

obtidos, a partir de várias questões colocadas aos turistas, guias e empresas de animação turística-ambiente, revelaram um fraco contributo das atividades, como consumidores ou prestadores de serviços, em termos de renda aos locais. Paralelamente, apenas uma pequena percentagem dos turistas se disponibilizaram a pagar uma taxa (*willing to pay*) que reverteria na minimização dos impactos da sua atividade na natureza. Estes resultados são preocupantes, considerando que os questionários foram aplicados a meio ou no fim da atividade baseada na natureza e que cerca de $\frac{4}{5}$ desses turistas relataram algum nível de degradação no ambiente natural visitado. Ao mesmo tempo, a educação ambiental prévia, entre os turistas que preparam a atividade através de empresas de animação turística-ambiente, registou um valor muito baixo. Ainda mais, foi convicção de metade destes turistas de que não contribuíram, de forma alguma, para a conservação/preservação da natureza na ilha.

Tudo isto revelou alguma indiferença pelos efeitos, mais ou menos diretos, da presença dos turistas e das suas atividades em ambientes naturais. Os guias e as empresas de animação turística-ambiente responderam que contribuíam voluntariamente para a preservação do meio ambiente da ilha; contudo, as empresas assinalaram, também, uma contribuição de forma indireta, através dos seus impostos e/ou outras taxas a que estão obrigados. O ecoturismo tem como principal suporte físico a natureza e, na venda dos seus serviços, as empresas não contemplaram qualquer valor contributivo por esse usufruto. Tal facto culmina em sérios problemas de manutenção, os quais poderão refletir-se em questões de segurança. O deslizamento de terras e pedras, provocado pela contínua carga sobre os percursos pedestres e as condições climáticas, algumas vezes adversas, estão na origem de algumas quedas. A estas causas juntam-se as fracas habilidades motoras e comportamentos descuidados de alguns turistas, sobretudo, quando tiram fotografias em locais perigosos ou de costas para o abismo. Infelizmente, os nossos questionários não incidiram sobre esta questão. Bently *et al.* (2010), num estudo desenvolvido em Queensland, Austrália, em cerca de 60 operadores de ecoturismo e turismo de aventura, observaram um número relativamente reduzido de acidentes. O ‘escorregar’, o ‘tropeçar’ e o ‘cair’ foram as causas mais comuns dos acidentes.

Os resultados da regressão logística multinominal revelaram um ligeiro efeito negativo do número de visitas a ambientes naturais e, pelo contrário, um leve efeito protetor do ESE, na disponibilidade do turista para pagar uma sobretaxa. Resultados

similares relativamente ao ESE foram observados na literatura. Por exemplo, Chaminuka *et al.* (2011) observaram que os turistas com elevado ESE que visitaram o *Kruger National Park*, África do Sul, estavam dispostos a pagar uma taxa mais elevada para contribuírem para a preservação do ambiente. Hovards e Poirazidis (2006) referiram, também, um grande potencial de financiamento para a proteção ambiental e trabalho voluntário, pelos turistas que visitaram a *Dadia Forest Reserve* na Grécia. Kerstetter *et al.* (2004) notaram que os ecoturistas estavam disponíveis para apoiar iniciativas locais, tais como a compra de produtos locais/*souvenirs*, a manutenção da qualidade do envolvimento e a inclusão na associação ambientalista local. Uma posição ligeiramente distinta foi identificada na Costa Rica. Stem *et al.* (2003) relataram que o pagamento de uma taxa não foi suficiente para estimular a conservação do meio ambiente e que outros fatores, como a idade, a educação, o bem-estar, a religião e os valores culturais, desempenharam um papel central nesse comportamento. Uma posição análoga foi assumida por Salasfsky *et al.* (1999) na avaliação da ligação entre as empresas, o envolvimento e as comunidades locais. Os benefícios não monetários como, por exemplo, o apoio a infraestruturas e a melhoria das condições ambientais foram mais importantes do que os benefícios monetários.

Uma comunidade preparada é mais ativa e colaborante na promoção da sua qualidade ambiental e na preservação do seu património natural e sociocultural. Os guias e empresas de animação turística-ambiente deveriam ter um papel mais interventivo. As obrigações cívicas de assegurarem educação ambiental às populações locais e de se envolverem em campanhas de limpeza e manutenção dos espaços naturais utilizados, com os residentes e com os turistas, não foram referências importantes destes *stakeholders*. Segundo Armstrong e Weiler (2002), os operadores turísticos que desempenham as suas atividades em áreas protegidas constituem um veículo importante na transmissão de mensagens aos turistas sobre o mínimo de impacto na natureza, o património e valores culturais, e a conservação e gestão da área. A ideia subjacente é que a informação possa influenciar a forma de pensar e sentir dos turistas e, assim, os seus comportamentos. Na mesma linha de intervenção, Curtin (2010) referiu que os turistas, juntamente com os operadores turísticos e os guias, têm de estar conscientes sobre o impacto da atividade nos frágeis *habitats* e espécies, a importância da sua visita na economia local e o seu contributo para a conservação da natureza. Björk (2000) defendeu que o ecoturismo deve ser uma atividade sustentável e que 4 grupos de

‘atores’ devem cooperar: os residentes, as autoridades, os turistas e os operadores turísticos/empresas de animação turística-ambiente. A aprendizagem ambiental e manutenção sustentável da natureza foram, também, investigadas por Tisdell e Wilson (2005) na observação de tartarugas marinhas, no *Mon Repos Conservation Park*, em Queensland, Austrália. Os resultados do estudo revelaram que o ecoturismo envolvendo educação ambiental apresentou um efeito estatisticamente significativo no comportamento sobre proteção das tartarugas.

Os guias reportaram a conservação da natureza como o item mais relevante do ecoturismo e as empresas de animação turística-ambiente, a criação de postos de trabalho aos locais. Esta informação entra parcialmente em conflito com algumas conversas informais com os guias e locais aquando da aplicação dos questionários. Alguns guias referiram que as empresas de animação turística-ambiente não colaboravam, em nada, para o esforço da conservação e manutenção dos espaços naturais que sustentam os seus serviços e atividades. O distanciamento das empresas de animação turística-ambiente era grande e os guias sugeriram o pagamento de 1 euro por turista, o qual deveria reverter para a conservação dos percursos. Os guias disseram, também, que as empresas de animação turística-ambiente deveriam assumir este ato de forma voluntária e exigir a segurança e instalações de apoio às suas atividades. Assim, guias e empresas de animação turística-ambiente divergem quanto às responsabilidades ambientais e ao conceito de ecoturismo.

Ainda sobre a criação de postos de trabalhos aos locais, a resposta das empresas de animação turística-ambiente foi, maioritariamente, aplicável ao concelho do Funchal. As oportunidades de emprego criadas pelo ecoturismo são muito limitadas. De acordo com Stone e Wall (2003), as oportunidades de emprego incidem, prioritariamente, sobre os guias, guardas florestais, cozinheiros, porteiros e condutores. Cerca de 90% dos guias e a totalidade dos condutores das carrinhas/autocarros de turistas residiam no concelho do Funchal. A restauração e os negócios de *souvenirs*, junto aos locais de partida e/ou de chegada para o desenvolvimento das atividades na natureza foram, também, reduzidos em número e em postos de trabalho.

A modificação dos comportamentos e atitudes dos turistas sobre o ambiente e o respeito pelas especificidades sociais e culturais das comunidades locais foram outros itens relevantes do contributo das empresas para o desenvolvimento sustentável. Infelizmente, não foi possível consubstanciar tal resposta a partir dos questionários. Tal

exigiria o uso de um delineamento longitudinal, i.e., a recolha de informação aos mesmos turistas em dois ou mais pontos no tempo. Paralelamente, seria necessário um acompanhamento muito próximo da atividade desenvolvida pela empresa, nos diferentes locais da ilha da Madeira.

As CM e a DRT foram confrontadas com a abordagem do ecoturismo como um meio para o desenvolvimento sustentável. Para muitos municípios, a sustentabilidade foi um princípio a respeitar no desenvolvimento do próprio ecoturismo, sobretudo numa perspetiva ambiental e sociocultural. A DRT assumiu uma posição similar e fundamentou a sua resposta no respeito pela floresta indígena, manutenção dos espaços verdes, ações de sensibilização aos habitantes e limitação dos índices de construção. As CM e a DRT definiram como atividades típicas do ecoturismo as que são baseadas na natureza, na cultura, na gastronomia e no lazer; contudo, quando confrontadas com uma definição de ecoturismo, associaram ao turismo em espaço rural, ao turismo de habitação e ao agroturismo. Este enquadramento confuso do ecoturismo tornou-se mais visível pela dificuldade que as CM tiveram em monitorizar, nos respetivos concelhos, todos os pontos de interesse turístico baseados na natureza ou os ganhos que a ele poderiam estar associados.

A insipiente informação sobre o ecoturismo condicionou a atuação das CM e da DRT, sobretudo na captação de dividendos económicos e do próprio desenvolvimento local. A falta de comunicação entre as CM e a DRT poderá, também, estar na origem da pouca expressividade do POT (DRT, 2002) nas estratégias concelhias para o turismo. Em causa está, pois, a necessidade de uma abordagem sustentável do território, dos recursos naturais/socioculturais e dos benefícios às populações. Dificuldades similares foram encontradas num estudo desenvolvido no Reino Unido. Berry e Ladkin (1997) identificaram um número de barreiras à implementação, com êxito, do turismo sustentável, nomeadamente, a desconfiança política a nível governamental, a má administração local e linhas pouco claras de comunicação entre os vários *skateholders*.

Genericamente, numa avaliação dos resultados obtidos pelos vários grupos-alvo, a possibilidade do ecoturismo na ilha da Madeira ser uma via de desenvolvimento sustentável, atenuando as disparidades socioeconómicas sul-norte e Funchal-campo, foi muito limitada e inconsistente. Primeiro, é necessário assimilar corretamente o conceito de 'sustentabilidade'. De acordo com Berry e Ladkin (1997), as palavras 'verde', 'eco' e 'responsável' confundem os turistas e as empresas locais. Segundo, a dimensão

reduzida da ilha torna complexa a sua fragmentação em territórios mais pequenos, de forma a realçar as suas especificidades e particularidades, mas essa característica poderia tornar o ecoturismo uma atividade sustentável.

5.3 Forças e fraquezas do estudo

A presente pesquisa apresenta algumas limitações. Sem retirar relevo aos resultados observados, realçamos as seguintes: o questionário dirigido às CM diferiu na forma de administração, autoadministrado e via entrevista; o uso de uma amostragem não probabilística por conveniência poderá ser limitativo da generalização dos resultados; a componente de sustentabilidade do ecoturismo foi baseada na informação recolhida via questionário/entrevista e não foi possível cruzá-la com as estatísticas oficiais do turismo; o delineamento transversal não permitiu quantificar a modificação de comportamentos e atitudes dos turistas sobre o ambiente; o uso do questionário em língua alemã, francesa, inglesa e portuguesa poderá ter limitado a interpretação de algumas questões por turistas espanhóis, russos e outros do leste da Europa; e a inexistência de variáveis ordinais e quantitativas em vários itens do questionário foi restritiva da análise estatística efetuada.

As forças foram várias e relegam as fraquezas, mais precisamente, a recolha de informação envolveu turistas, guias de natureza, empresas de animação turística-ambiente e órgãos de administração local e regional – CM e SRCTT, através da Direção Regional de Turismo; a amostra integrou um grande número de turistas, guias e empresas de animação turística-ambiente, e a totalidade das CM da ilha da Madeira; os questionários dirigidos aos turistas e aos guias foram aplicados no local onde decorreu a atividade e na presença de, pelo menos, um dos elementos da equipa de campo; os questionários foram aplicados em vários pontos da ilha, indo ao encontro das atividades dominantes e dos locais mais emblemáticos; a segunda aplicação do questionário a uma subamostra de turistas permitiu aferir a concordância de resposta e, assim, a fiabilidade dos resultados.

6

Conclusões

Os resultados da presente pesquisa revelaram um ecoturismo minimalista e *soft*, alicerçado nas paisagens naturais, ‘levadas’ e veredas disseminadas pela ilha da Madeira, em terra e no mar e em locais oficialmente protegidos. As atividades envolveram pessoas singulares ou grupos organizados por empresas de animação turística-ambiente. A educação ambiental aos turistas e à comunidade local foi discreta e não foram claros os benefícios gerados, numa perspetiva de sustentabilidade sociocultural e económica, às populações autóctones.

O ecoturista foi um indivíduo adulto ou adulto idoso, homem ou mulher, estrangeiro de origem europeia, possuía habilitações literárias elevadas, viajava com o(a) companheiro(a), principalmente na primavera. Foi assíduo nas visitas a ambientes naturais, procurava a natureza, o sossego e a tranquilidade, permanecia, em média, 6 a 10 dias na ilha da Madeira, percorria ‘levadas’ e veredas, num total de 3-6 horas diárias, e estava na ilha pela primeira vez. O ecoturista teve conhecimento da ilha, basicamente, via internet, não manifestou uma preocupação particular em aprender sobre os patrimónios natural e sociocultural, estava consciente do fraco contributo para a conservação/preservação do meio ambiente, não expressou uma tendência clara sobre o princípio ‘*willing to pay*’ e foi indiferente aos critérios ecológicos, na opção pelo alojamento ou pela empresa de animação turística-ambiente.

As CM e a SRCTT, através da sua DRT, tiveram dificuldades em admitir as especificidades do ecoturismo, preferindo a expressão ‘turismo de natureza’. Paralelamente, a administração local não foi capaz de reconhecer a ‘dimensão’ nos respetivos territórios, nem demonstrou criatividade na inventariação de recursos endógenos atrativos àquele tipo turismo. Assim, a argumentação no delineamento de estratégias para o turismo na ilha foi reduzida. Os resultados do nosso estudo demonstraram, também, uma fraca articulação entre as CM e a SRCTT.

As atividades baseadas na natureza dominantes, nomeadamente, as caminhadas (*trekking*), a observação de aves, os percursos com jipe TT, o *cross country* e o *canyoning*, desenvolveram-se no PNM entre ‘levadas’, veredas, caminhos antigos e cursos de água. Os turistas tiveram dificuldade em identificar o local onde se encontravam. Alguma divergência foi observada entre turistas, guias e empresas de animação turística-ambiente, relativamente à educação ambiental e ao contributo para a preservação/conservação do ambiente.

Os resultados revelaram um desequilíbrio entre os concelhos que possuíam as atrações mais fortes para o critério ‘natureza’ do ecoturismo e o principal centro urbano, no concelho e cidade do Funchal. Os prestadores de serviços e as autoridades locais/regionais atribuíram ao ecoturismo uma enorme importância para o tecido económico. Concomitantemente, os guias e as empresas de animação turística-ambiente acreditavam no contributo do ecoturismo para a conservação da natureza e modificação dos comportamentos e atitudes dos turistas. O ecoturismo não foi foco das campanhas de promoção do destino Madeira ou de *marketing* e publicidade dos produtos turísticos pelos agentes económicos sediados na ilha.

A comparação dos nossos resultados com outras pesquisas realizadas em vários países revelou características similares sobre o perfil do ecoturista, a preparação da atividade, a educação ambiental e a certificação do alojamento. Algum distanciamento foi observado no intervalo etário e na disponibilidade para pagar uma taxa para preservar/conservar o ambiente.

Implicações e recomendações

A presente pesquisa produziu informação de base sobre o ‘ecoturismo’ na ilha da Madeira, envolvendo turistas, guias de natureza, empresas de animação turística-ambiente, órgãos de administração local e regional, campanhas de promoção do destino Madeira e análise dos sítios eletrónicos das empresas de animação turística-ambiente. Tal informação poderá ser útil na (1) promoção, *marketing* e comercialização do destino Madeira e produtos turísticos afins, (2) dotação dos órgãos de administração local e regional de uma ferramenta para avaliar o impacto de cada segmento turístico no tecido económico, e (3) construção de uma base de dados que se constitua como referência, em termos comparativos, para pesquisas futuras.

Os resultados apontaram para um perfil de ecoturista *soft*. A vertente *hard* poderá ser potenciada na ilha da Madeira, pelas exigências físicas de que muitas atividades precisam. A investigação deveria prosseguir com o objetivo de inventariar as componentes que compõem a estrutura do ecoturismo *hard* na ilha. Ao mesmo tempo, deveriam ser estudadas as formas mais vantajosas de competir com outros destinos e de consolidar a sua posição nos mercados nacional e internacional. A proximidade da ilha ao resto da Europa é uma mais-valia inequívoca da ilha da Madeira, comparativamente a outros destinos. Paralelamente, torna-se imperiosa a caracterização dos turistas que nos visitam, no que se refere aos motivos, atributos e graus de satisfação alcançados com a visita, utilizando uma escala ordinal.

A falta de coerência entre turistas, guias e empresas de animação turística-ambiente relativamente à preservação/conservação da natureza e à educação ambiental revela alguma fragilidade num dos critérios fundamentais do ecoturismo. Seria interessante investigar esta componente e eliminar esta lacuna. A partir daqui, deveriam ser formalizados programas educativos que poderiam aumentar a estada média dos turistas na ilha da Madeira.

A fraca noção das autoridades locais sobre os benefícios económicos, diretos e indiretos, gerados pelo ecoturismo, dificulta a avaliação dos seus efeitos no desenvolvimento sustentável de cada lugar e, assim, no próprio crescimento económico local e regional. A falta de entendimento entre as CM e as várias Direções Regionais do Governo da RAM dificulta, também, a gestão e o controlo dos espaços. Em suma, ninguém sabe muito bem onde pode intervir. Exemplo particular é o distanciamento

existente entre as CM, a SRCTT e a Secretaria Regional do Ambiente e Recursos Naturais.

A maioria das atrações turísticas baseadas na natureza e respetivas atividades não contribuíram com dividendos diretos para as localidades onde se realizaram. A utilização das ‘levadas’ é gratuita. A cobrança de uma taxa (*willing to pay*) poderia reverter na preservação/conservação da natureza. Atividades paralelas como a educação ambiental, o apoio na construção de infraestruturas e a melhoria das condições ambientais são desejáveis. A nossa pesquisa não foi consistente relativamente ao pagamento de uma taxa pelos turistas. Esta questão deveria ser prioritária em pesquisas futuras e integrar todos os *stakeholders*.

Um procedimento de amostragem mais consistente, o uso de instrumentos similares na avaliação de todos os intervenientes no ‘ecoturismo’, o cruzamento da informação com dados do INE e da DREM, um delineamento longitudinal, a aplicação dos questionários num leque mais variado de línguas, a reformulação das questões no sentido de incluir escalas objetivas e de fácil manuseamento estatístico, a extensão do questionário à segurança, higiene e apoio das atividades, e o uso de monitores de atividade física, por exemplo, acelerómetros ou pedómetros, são da máxima importância em pesquisas futuras.

Referências bibliográficas

- Armstrong EK, Weiler B. Getting the message across: an analysis of messages delivered by tour operators in protected areas. *Journal of Ecotourism*. 2002. 1(2-3):104–21.
- Associação de Promoção da Região Autónoma da Madeira Web site [Internet]. Funchal: Marca Madeira; Campanhas 2007-2011 [citado abril 2012]. Disponível em: <http://www.madeirapromotionbureau.com>
- Awaritefe OD. Destination environment quality and tourists' spatial behaviour in Nigeria: a case study of Third World Tropical Africa. *International Journal of Tourism Research*. 2003; 5:251–68.
- Beaumont N. The third criterion of ecotourism: are ecotourists more concerned about sustainability than other tourists? *Journal of Ecotourism*. 2011; 10(2):135–48.
- Bemanian M, Ahmadi F, Sadeghi A, Baharlou A. Improving environmental quality of Margoan waterfall protected Area through Sustainable Tourism Development in the Region. *Journal of Sustainable Development*. 2010; 3(3):243–54.
- Bentley AT, Cater C, Page SJ. Adventure and ecotourism safety in Queensland: operator experiences and practice. *Tourism Management*. 2010; 31:563–571.
- Berry S, Ladkin A. Sustainable tourism: a regional perspective. *Tourism Management*. 1997; 18(7):433–40.
- Björk P. *Definition paradoxes: from concept to definition*. In: Higham J, editor. Critical issues in ecotourism: understanding a complex tourism phenomenon. Elsevier Ltd; 2007. p. 23–45.
- Björk P. Ecotourism from a conceptual perspective, an extended definition of a unique tourism form. *International Journal of Tourism Research*. 2000; 2:189–202.
- Butler RW. Sustainable tourism: a state-of-the-art review. *Tourism Geographies*. 1999; 1(1):7–25.
- Ceballos-Lascuráin H. Preface. *Current issues in tourism*. 2002; 5(3–4):168–72.
- Chaminuka P, Groeneveld RA, Selomane AO, van Ierland EC. Tourist preferences for ecotourism in rural communities adjacent to Kruger National Park: a choice experiment approach. *Tourism Management*. 2011; 25:1–9.

- Chen CF, Chen PC. Resident attitudes toward heritage tourism development. *Tourism Geographies*. 2010; 12 (4):525–45.
- Cohen J. A coefficient of agreement for nominal scales. *Educational and Psychological Measurement*. 1960; 13:37–46.
- Costa NM, Costa VC. Turismo ecológico e educação ambiental no Parque Estadual da Pedra Branca (PEPB), Município do Rio de Janeiro, Brasil. *Revista Geográfica*. 2005; 138:71–8.
- Curtin S. Managing the wildlife tourism experience: the importance of tour leaders. *International Journal of Tourism Research*. 2010; 12:219–36.
- Decreto Legislativo Regional n.º 7B/2000/M, de 20 de março (2000). Diário da República n.º 67/2000 – Série I-A.
- Decreto Legislativo Regional n.º 17/2002/M, de 29 de agosto (2002). Diário da República n.º 199/2002 – Série I-A.
- Dehoorne O, Murat C, Pett-Charles N. El ecoturismo en el centro de las estrategias de desarrollo. Elementos de reflexión a partir de experiencias caribeñas. *Revista Geográfica*. 2010; 148:117–35.
- Despacho Conjunto das Secretarias Regionais do Turismo e Transportes e dos Recursos Naturais (2010). Jornal Oficial da Região Autónoma da Madeira (JORAM) n.º 157, de 20 de agosto – Série II.
- Direção Regional de Estatística da Madeira Web site [Internet]. Funchal: DREM; Estatísticas do Turismo da RAM-Resultados Provisórios e Preliminares 2012; [citado julho 2012]. Disponível em: <http://estatistica.gov-madeira.pt>.
- Direção Regional de Estatística da Madeira Web site [Internet]. Funchal: DREM; SIET-MAC 2006; [citado julho 2011]. Disponível em: <http://estatistica.gov-madeira.pt>.
- Direção Regional de Estatística da Madeira Web site [Internet]. Funchal: DREM; Estatísticas do Turismo da RAM-Resultados Definitivos 2011; [citado setembro 2012]. Disponível em: <http://estatistica.gov-madeira.pt>.

- Direção Regional de Estatística da Madeira Web site [Internet]. Funchal: DREM; Estatísticas do Turismo da RAM-Resultados Definitivos 2010a; [citado setembro 2012]. Disponível em: <http://estatistica.gov-madeira.pt>.
- Direção Regional de Estatística da Madeira Web site [Internet]. Funchal: DREM; Madeira em Números 2010b; [citado agosto 2012]. Disponível em: <http://estatistica.gov-madeira.pt>.
- Direção Regional de Estatística da Madeira Web site [Internet]. Funchal: DREM; Estatísticas do Turismo da RAM-Resultados Definitivos 2009; [citado agosto 2012]. Disponível em: <http://estatistica.gov-madeira.pt>.
- Direção Regional de Florestas Web site [Internet]. Funchal: DRF; [citado julho 2011]. Disponível em: <http://www.sra.pt/drfs>.
- Direção Regional do Turismo Web site [Internet]. Funchal: DRT; Estudo do Gasto Turístico 2010; [citado julho 2012]. Disponível em: <http://www.turismomadeira.pt>.
- Direção Regional do Turismo Web site [Internet]. Funchal: DRT; Estudo sobre o Gasto Turístico na Madeira 2004; [citado julho 2012]. Disponível em: <http://www.turismomadeira.pt>.
- Direção Regional do Turismo Web site [Internet]. Funchal: DRT; Imagem da Madeira enquanto destino turístico. Executive Brief. GConsulting. 2005; [citado agosto 2011]. Disponível em: <http://www.turismomadeira.pt>.
- Direção Regional do Turismo Web site [Internet]. Funchal: DRT; POT da RAM 2002; [citado agosto 2011]. Disponível em: <http://www.turismomadeira.pt>.
- Direção Regional do Turismo Web site [Internet]. Funchal: DRT; Estabelecimento Amigo do Ambiente 2012; [citado março 2012]. Disponível em: <http://www.turismomadeira.pt>.
- Direção Regional do Turismo Web site [Internet]. Funchal: DRT; POT da RAM 2002; [citado Agosto 2011]. Disponível em: <http://www.turismomadeira.pt>.
- Donohoe HM, Lu X. Universal tenets or diametrical differences? An analysis of ecotourism definitions from China and abroad. *International Journal of Tourism Research*. 2009; 11:357–72.

- Duffy R. The politics of ecotourism and the developing world. *Journal of Ecotourism*. 2006; 5(1-2):1-6.
- Estudante C. Biblioteca Pública Regional da Madeira Web site [Internet]. Funchal: Jornal da Madeira, 2 junho 2011. O turismo na RAM II., 2011a; [citado outubro 2012]. Disponível em: <http://www.bprmadeira.org/digital>.
- Estudante C. Biblioteca Pública Regional da Madeira Web site [Internet]. Funchal: Jornal da Madeira, 4 junho 2011. O turismo na RAM III., 2011b [citado outubro 2012]. Disponível em: <http://www.bprmadeira.org/digital>.
- EUROPA Web site [Internet]. PATES, 2007. Sínteses da legislação da UE; [citado agosto 2012]. Disponível em: <http://europa.eu>.
- Fennell DA. Ecotourism: A content analysis of ecotourism definitions. *Current Issues in Tourism*. 2001; 4(5):403-21.
- Fernandes F. Tendências do mercado dos trilhos pedestres na ilha da Madeira. Uma análise exploratória. *Revista Turismo e Desenvolvimento*. 2012; 17/18:139-40.
- Ferreira SM, Chauvel MA. A administração ecológica: construindo uma empresa ambiental e socialmente responsável. *Revista de Administração Mackenzie*. 2006; 7(4):12-34.
- Fleiss JL, Levin B, Paik MC. *Statistical Methods for Rates and Proportions*. 3rd ed. New York: Wiley; 2003. 760 p.
- Gios G, Goio I, Notaro S, Raffaelli, R. The value of natural resources for tourism: a case study of the Italian Alps. *International Journal of Tourism Research*. 2006; 8:77-85.
- Gomes A, Boto AS, Lopes A, Pinho H. *Fazer Geografia 3.0. Geografia 7.º Ano*. Porto: Porto Editora, 2012. 79 p.
- Gössling S, Hansson CB, Hörstmeier O, Saggel S. Ecological footprint analysis as a tool to assess tourism sustainability. *Ecological Economics*. 2002; 43:199-211.
- Gurung DB, Scholz RW. Community-based ecotourism in Bhutan: expert evaluation of stakeholder-based scenarios. *International Journal of Sustainable Development & World Ecology*. 2008; 15: 397-411.

- Hearn RR, Santos CA. Tourists' and locals' preferences toward ecotourism development in the Maya biosphere reserve, Guatemala. *Environment, Development and Sustainability*. 2005; 7:303–18.
- Holden A, Sparrowhawk J. Understanding the motivations of ecotourists: the case of trekkers in Annapurna, Nepal. *International Journal of Tourism Research*. 2002; 4:435–46.
- Hovardas T, Poirazidis K. Evaluation of the environmentalist dimension of ecotourism at the Dadia Forest Reserve (Greece). *Environ Manage*. 2006; 38:810–22.
- Hovardas T, Stamou G. Structural and narrative reconstruction of representations of 'environment', 'nature', and 'ecotourism'. *Society & Natural Resources*. 2006; 19(3):225–37.
- Hughes M, Morrison-Saunders A. Visitor attitudes toward a modified natural attraction. *Society and Natural Resources*. 2003; 16:191–203.
- Hunter C. Sustainable tourism and the touristic ecological footprint. *Environment, Development and Sustainability*. 2002; 4:7–20.
- Instituto Nacional de Estatística Web site [Internet]. Lisboa: INE; Censos 2001; [citado julho 2011]. Disponível em: <http://www.ine.pt>.
- Instituto Nacional de Estatística Web site [Internet]. Lisboa: INE; Censos 2011; [citado julho 2011]. Disponível em: <http://www.ine.pt>.
- Jesus, GM. A leviana territorialidade do esporte de aventura: um desafio à gestão do ecoturismo. In: Marinho A, Bruhns HT, editors. *Turismo, Lazer e Natureza*. S. Paulo: Manole; 2003. p. 75–99.
- Kerstetter DL, Hou J-S, Lin C-H. Profiling Taiwanese ecotourists using a behavioral approach. *Tourism Management*. 2004; 25:491–98.
- Kontogeorgopoulos N, Chulikavit K. Supply-side perspectives on ecotourism in Northern Thailand. *International Journal of Tourism Research*. 2010; 12:627–41.
- Lawrence TB, Wickins D, Philips N. Managing legitimacy in ecotourism. *Tourism Management*. 1997; 18(5):307–16.

- Lindberg K, Enriquez J, Sproule K. Ecotourism questioned: case studies from Belize. *Annals of Tourism Research*. 1996; 23(3):543–62.
- Liu H. Recycling economy and sustainable development. *Journal of Sustainable Development*. 2009; 2(1):209–12.
- Logar I. Sustainable tourism management in Crikvenica, Croatia: an assessment of policy instruments. *Tourism Management*. 2010; 31:125–35.
- Long JS, Freese J. *Regression Models for Categorical Dependent Variables Using Stata*. 2nd ed. College Station (Texas): Stata Press Publication; 2006. 517 p.
- Lopes-Gamero MD, Molina-Azorín JF, Claver-Cortes E. The Relationship between managers' environmental perceptions, environmental management and firm performance in Spanish hotels: a whole framework. *International Journal of Tourism Research*. 2011; 13:141–63.
- Medina, LK. Ecotourism and certification: confronting the principles and pragmatics of socially responsible tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. 2005; 13(3):281–95.
- Mehmetoglu M. Typologising nature-based tourists by activity - theoretical and practical implications. *Tourism Management*. 2007; 28:651–60.
- Mok SC. Turismo y ambiente: un potencial para el desarrollo económico para Costa Rica. *Rev. Reflexiones*. 2005; 84(2):25–37.
- Muehlenbein MP, Ancrenaz M. Minimizing pathogen transmission at primate ecotourism destinations: the need for input from travel medicine. *Journal of Travel Medicine*. 2009; 16 (4):229–32.
- Orams MB. Towards a more desirable form of ecotourism. *Tourism Management*. 1995; 16(1):3–8.
- Organização Mundial de Turismo Web site [Internet]. Madrid: UNWTO. World Tourism Barometer 2011a; [citado julho 2011]. Disponível em: <http://unwto.org/en>.
- Organização Mundial de Turismo Web site [Internet]. Madrid: UNWTO. Panorama OMT do Turismo Internacional 2011b; [citado julho 2011]. Disponível em: <http://unwto.org/en>.

- Organização Mundial de Turismo Web site [Internet]. Madrid: UNWTO. Sustainable Development of Tourism Definition 2011c; [citado julho 2011]. Disponível em: <http://unwto.org/en>.
- Page S, Dowling RK. *Ecotourism*. Harlow: Prentice Hall; 2002. 338 p.
- Perkins H, Grace DA. Ecotourism: supply of nature or tourist demand? *Journal of Ecotourism*. 2009; 8(3):223–36.
- Petrosyan A. A model for incorporated measurement of sustainable development comprising remote sensing data and using the concept of biodiversity. *Journal of Sustainable Development*. 2010; 3(2):9–26.
- Pipinos G, Fokiali P. An assessment of the attitudes of the inhabitants of Northern Karpathos, Greece: towards a framework for ecotourism development in environmentally sensitive areas. An ecotourism framework in environmentally sensitive areas. *Environment, Development and Sustainability*. 2009; 11:655–75.
- Plano de Ação para um Turismo Europeu mais Sustentável Web site [Internet]. Funchal: PNM; [citado setembro 2012]. Disponível em: <http://www.pnm.pt>.
- Quintal R. *Quintas, Parques e Jardins do Funchal*. Lisboa: Esfera do Caos; 2007. 702p.
- Reddy MV. Sustainable tourism rapid indicators for less-developed islands: an economic perspective. *International Journal of Tourism Research*. 2008; 10:557–76.
- Salafsky N, Cordes B, Parks J, Hochman C. *Evaluating Linkages Between Business, the Environment, and Local Communities: Final Analytical Results From the Biodiversity Conservation Network*. Washington, DC: Biodiversity Support Program; 1999. 55 p.
- Schubert F, Kandampully J, Solnet D, Kralj A. Exploring consumer perceptions of green restaurants in the US. *Tourism and Hospitality Research*. 2010; 10(4) 286–300.
- Sharpley R. Ecotourism: a consumption perspective. *Journal of Ecotourism*. 2006; 5(1–2):7–22
- Simão J. O sector público e o desenvolvimento turístico sustentável [dissertação]. Lisboa: Universidade Aberta; 2008. 360 p.

- Solis VV. Valoracion de las condiciones naturales asociadas com el desarrollo de la actividad turistica en el estado de San Luis Potosi, Mexico. *Espacio y Desarrollo*. 2007; 19:93–103.
- Stem CJ, Lassoie JP, Lee DR, Deshler DD, Schelhas JW. Community participation in ecotourism benefits: the link to conservation practices and perspectives. *Society and Natural Resources*. 2003; 16:387–413.
- Stone M, Wall G. Ecotourism and community development: case studies from Hainan, China. *Environmental Management*. 2003; 33(1):12–24.
- Stronza A, Gordillo J. Community views of ecotourism. *Annals of Tourism Research*. 2008; 35(2):448–68.
- The Green Key Web site [Internet]. Institutional partners; [citado agosto 2012]. Disponível em: <http://www.green-key.org/>
- Tisdell C, Wilson C. Perceived impacts of ecotourism on environmental learning and conservation: turtle watching as a case study. *Environment, Development and Sustainability*. 2005; 7:291–302.
- Tsaur S-H, Lin Y-C, Lin J-H. Evaluating ecotourism sustainability from the integrated perspective of resource, community and tourism. *Tourism Management*. 2006; 27:640–53.
- Turismo de Portugal Web site [Internet]. Lisboa: Turismo de Portugal; 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal-Turismo de Natureza 2006; [citado setembro 2012]. Disponível em: <http://www.turismodeportugal.pt>.
- Van der Merwe P, Slabbert E, Saayman M. Travel motivations of tourists to selected marine destinations. *International Journal of Tourism Research*. 2011; 13:457–67.
- Wang X. Critical Aspects of Sustainable Development in Tourism: Advanced Ecotourism Education. *Journal of Sustainable Development*. 2010; 3(2):261–3.
- Weaver DB, Lawton JL. Twenty years on: The state of contemporary ecotourism research. *Tourism Management*. 2007; 28:1168–79.

- Weaver DB. Comprehensive and minimalist dimensions of ecotourism. *Annals of Tourism Research*. 2005; 32(2):439–55.
- Weaver, D. *Ecotourism*. 2nd ed. Milton: John Wiley & Sons; 2008. 360 p.
- Weinberg A, Bellows S, Ekster D. Sustaining ecotourism: insights and implications from two successful case. *Society and Natural Resources*. 2002; 15(4):371–80.
- Wu Yi-Yen, Wang Hsiao-Lin, Ho Yu-Fueng. Urban ecotourism: Defining and assessing dimensions using fuzzy number construction. *Tourism Management*. 2010; 31:739–43.

9

Anexos

A 3.1

O presente inquérito insere-se no âmbito de uma investigação a cargo de Maria João Freitas para dissertação de mestrado em Gestão do Território na área de especialização 'Território e Desenvolvimento', pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. O título do projeto é 'Caracterização e avaliação do ecoturismo na ilha da Madeira numa perspetiva de desenvolvimento sustentável'.

Os dados são confidenciais e serão analisados numa perspetiva científica.

A participação é voluntária. O inquirido é livre de responder às questões que entender e de desistir a qualquer momento.

Nome do inquiridor: _____	Data: ____/____/2012
Local de aplicação: _____	Hora: ____ h: ____

Nº Identificação (IDNR)

--	--	--	--

1. Perfil do inquirido		
1.1. Género	1.2. Idade	
(1) <input type="checkbox"/> Feminino	(3) <input type="checkbox"/> 18 – 25	(5) <input type="checkbox"/> 42 – 55
(2) <input type="checkbox"/> Masculino	(4) <input type="checkbox"/> 26 – 41	(6) <input type="checkbox"/> ≥ 56
1.3. País de origem		
(7) Nome do país: _____	(8) Portugal:	
	(8.1) <input type="checkbox"/> Portugal Continental	
	(8.2) <input type="checkbox"/> Região Autónoma dos Açores	
	(8.3) <input type="checkbox"/> Região Autónoma da Madeira	
1.4. Área habitual de residência		
(9) <input type="checkbox"/> Grande cidade	(11) <input type="checkbox"/> Pequena cidade	(13) <input type="checkbox"/> Rural
(10) <input type="checkbox"/> Cidade	(12) <input type="checkbox"/> Periferia urbana	
1.5. Habilitações literárias		
(14) <input type="checkbox"/> Ensino básico até o ____º ano de escolaridade	(18) <input type="checkbox"/> Licenciatura	
(15) <input type="checkbox"/> Ensino secundário até o ____º ano de escolaridade	(19) <input type="checkbox"/> Pós-graduação	
(16) <input type="checkbox"/> Curso tecnológico/profissional/outro (nível III ¹)	(20) <input type="checkbox"/> Mestrado	
(17) <input type="checkbox"/> Bacharelato	(21) <input type="checkbox"/> Doutoramento	
	(22) <input type="checkbox"/> Curso de especialização tecnológica	
1.6. Profissão		
(23) _____		
2. Viajar		
2.1. A época do ano preferida		
(24) <input type="checkbox"/> Primavera	(26) <input type="checkbox"/> Outono	(28) <input type="checkbox"/> Indiferente
(25) <input type="checkbox"/> Verão	(27) <input type="checkbox"/> Inverno	(29) De _____ a _____

¹ Nível de qualificação da formação com equivalência ao ensino secundário.

2. Viajar		
2.2. A companhia mais frequente		
(30) <input type="checkbox"/> Sozinho	(31) <input type="checkbox"/> Companheiro(a)	(32) <input type="checkbox"/> Grupo família (33) <input type="checkbox"/> Grupo amigos
2.3. Cinco destinos preferidos (atribuir o número de ordem: 1º, 2º, 3º, 4º e 5º)		
(34) <input type="checkbox"/> Praia/sol/mar	(39) <input type="checkbox"/> Grandes cidades	(44) <input type="checkbox"/> Cultura
(35) <input type="checkbox"/> Campo/meio rural	(40) <input type="checkbox"/> Cidades históricas	(45) <input type="checkbox"/> Desportos
(36) <input type="checkbox"/> Natureza	(41) <input type="checkbox"/> Saúde	(46) <input type="checkbox"/> Congressos
(37) <input type="checkbox"/> Montanha	(42) <input type="checkbox"/> Religião	(47) <input type="checkbox"/> Ilhas
(38) <input type="checkbox"/> Águas interiores	(43) <input type="checkbox"/> Festividades/festivais	(48) <input type="checkbox"/> Variado
2.4. O conceito mais significativo de férias (só uma opção)		
(49) <input type="checkbox"/> Tranquilidade	(52) <input type="checkbox"/> Exotismo	(55) <input type="checkbox"/> Aventura
(50) <input type="checkbox"/> Descoberta	(53) <input type="checkbox"/> Saber o que o espera	(56) <input type="checkbox"/> Ação/agitação
(51) <input type="checkbox"/> Novas sensações	(54) <input type="checkbox"/> Voltar ao local	(57) Outro: _____
2.5. Cinco motivos das viagens à natureza (atribuir o número de ordem: 1º, 2º, 3º, 4º e 5º)		
(58) <input type="checkbox"/> Fuga à rotina	(64) <input type="checkbox"/> Contacto com a natureza	
(59) <input type="checkbox"/> Sossego e tranquilidade/relaxamento	(65) <input type="checkbox"/> Recuperação de energias	
(60) <input type="checkbox"/> Conservação do meio natural	(66) <input type="checkbox"/> Beleza das paisagens	
(61) <input type="checkbox"/> Novos conhecimentos	(67) <input type="checkbox"/> Investigação científica	
(62) <input type="checkbox"/> Exploração física dos lugares	(68) <input type="checkbox"/> Desportos radicais	
(63) <input type="checkbox"/> Fuga aos locais de turismo convencional	(69) Outro: _____	
2.6. Frequência de visitas turísticas a ambientes naturais		
(70) <input type="checkbox"/> 1ª vez		
(71) Em média, _____ vezes por ano	(72) Outro: _____	
2.7. Cinco atributos da ilha da Madeira (atribuir o número de ordem: 1º, 2º, 3º, 4º e 5º)		
(73) <input type="checkbox"/> Bom clima	(77) <input type="checkbox"/> Genuína	(81) <input type="checkbox"/> Simpatia
(74) <input type="checkbox"/> Ecologia	(78) <input type="checkbox"/> Mar	(82) <input type="checkbox"/> Tranquilidade
(75) <input type="checkbox"/> Exotismo	(79) <input type="checkbox"/> Natureza	(83) Outro(s): _____
(76) <input type="checkbox"/> Gastronomia	(80) <input type="checkbox"/> Desporto	(84) _____
2.8. Estada na ilha da Madeira		
(85) <input type="checkbox"/> Residente na ilha	(86) <input type="checkbox"/> 1ª vez	(88) Total de dias da estada _____
	(87) _____ª vez	(89) Tempo diário (horas/minutos) dedicado às atividades relacionadas com a natureza nestas férias _____
2.9. Locais de interesse turístico baseado na natureza visitados na ilha		
(90) <input type="checkbox"/> Levada(s)	(97) <input type="checkbox"/> Moledos – Madalena do Mar	
(91) <input type="checkbox"/> Achadas da Cruz	(98) <input type="checkbox"/> Pináculo	
(92) <input type="checkbox"/> Floresta Laurissilva	(99) <input type="checkbox"/> Ponta de S. Lourenço	
(93) <input type="checkbox"/> Garajau	(100) <input type="checkbox"/> Sítio da Rocha do Navio	
(94) <input type="checkbox"/> Ilhas Desertas	(101) Outro(s): _____	
(95) <input type="checkbox"/> Ilhéu da Viúva	(102) _____	
(96) <input type="checkbox"/> Maciço Montanhoso Central	(103) _____	

3. Atividade/Tour /Visita			
3.1. Conhecimento inicial deste local (uma ou mais opções)			
(104) <input type="checkbox"/> Documentários/reportagens	(111) Panfletos/brochuras disponíveis em:		
(105) <input type="checkbox"/> Imprensa escrita (jornais, revistas,...)	(111.1) <input type="checkbox"/> Agência de viagens		
(106) <input type="checkbox"/> Internet	(111.2) <input type="checkbox"/> Posto de informação turística		
(107) <input type="checkbox"/> Agências/operadores de turismo	(111.3) <input type="checkbox"/> Alojamento (hotéis, pousadas,...)		
(108) <input type="checkbox"/> Campanhas oficiais/certames/feiras	(111.4) <input type="checkbox"/> Restaurantes		
(109) <input type="checkbox"/> <i>Outdoors</i>	(112) Outro(s): _____		
(110) <input type="checkbox"/> Catálogos/folders	(113) _____		
3.2. Preparação desta atividade/tour/visita			
(114) <input type="checkbox"/> Empresa de animação turística com:	(115) <input type="checkbox"/> Por conta própria:		
(114.1) <input type="checkbox"/> Educação ambiental prévia	(115.1) <input type="checkbox"/> Antes de chegar à Madeira		
(114.2) <input type="checkbox"/> Guia próprio	(115.2) <input type="checkbox"/> Na Madeira, complemento de outras atividades		
(114.3) <input type="checkbox"/> Atividades propostas	(115.3) <input type="checkbox"/> Espontânea/não prevista		
(114.4) <input type="checkbox"/> Certificação ambiental pelo _____			
3.3. Atividade(s) a praticar ou praticada(s) na ilha			
(116) <input type="checkbox"/> Alpinismo	(128) <input type="checkbox"/> Montanhismo/ <i>trekking</i>	(139) <input type="checkbox"/> Pesca desportiva (mar)	
(117) <input type="checkbox"/> Asa delta	(129) <input type="checkbox"/> Moto 4/moto	(140) <input type="checkbox"/> Pesca em cursos de água	
(118) <input type="checkbox"/> Bicicleta/BTT	(130) <input type="checkbox"/> Observação de aves	(141) <input type="checkbox"/> <i>Rafting</i>	
(119) <input type="checkbox"/> Caça submarina	(131) <input type="checkbox"/> Observação de cetáceos,	(142) <input type="checkbox"/> <i>Rappel</i>	
(120) <input type="checkbox"/> Campismo	(131.1) <input type="checkbox"/> Com natação	(143) <input type="checkbox"/> <i>Surf</i>	
(121) <input type="checkbox"/> Canoagem/ <i>kaiak</i>	(132) <input type="checkbox"/> Observação de outra fauna	(144) <input type="checkbox"/> <i>Windsurf</i>	
(122) <input type="checkbox"/> <i>Canorrafting</i>	(133) <input type="checkbox"/> Observação da flora	(145) <input type="checkbox"/> Vela	
(123) <input type="checkbox"/> <i>Canyoning</i>	(134) <input type="checkbox"/> Orientação	(146) Outro(s): _____	
(124) <input type="checkbox"/> <i>Cross country</i>	(135) <input type="checkbox"/> Parapente	(147) _____	
(125) <input type="checkbox"/> Escalada	(136) <input type="checkbox"/> <i>Parasailing</i>	(148) _____	
(126) <input type="checkbox"/> Espeleologia	(137) <input type="checkbox"/> Passeio de barco	(149) _____	
(127) <input type="checkbox"/> Mergulho/ <i>snorkeling</i>	(138) <input type="checkbox"/> Passeio de jipe - TT	(150) _____	
3.4. Local/loais onde se encontra neste momento			
(151) <input type="checkbox"/> Área da Rede Natura 2000	(158) <input type="checkbox"/> Litoral/costa		
(152) <input type="checkbox"/> Área urbana	(159) <input type="checkbox"/> Parque Natural		
(153) <input type="checkbox"/> Maciço Vulcânico Central	(160) <input type="checkbox"/> Reserva marinha		
(154) <input type="checkbox"/> Floresta Laurissilva	(161) <input type="checkbox"/> Ribeira		
(155) <input type="checkbox"/> Ilhas Desertas	(162) Outro(s): _____		
(156) <input type="checkbox"/> Ilhéu	(163) _____		
(157) <input type="checkbox"/> Levada	(164) <input type="checkbox"/> Não sei		
3.5. Guia nesta atividade/tour/visita			
(165) <input type="checkbox"/> Sim	(166) <input type="checkbox"/> Não necessário/dispensável	(167) <input type="checkbox"/> Não há	(168) <input type="checkbox"/> Indisponível

3. Atividade/Tour/Visita	
3.6. O seu contributo para a conservação/preservação da natureza na ilha da Madeira	
(169) <input type="checkbox"/> Monetário, incluído no pacote da empresa	(172) <input type="checkbox"/> Trabalho científico
(170) <input type="checkbox"/> Monetário (taxas, ...)	(173) <input type="checkbox"/> Apoio na divulgação do local/ONG
(171) <input type="checkbox"/> Trabalho voluntário no local	(174) <input type="checkbox"/> Nenhum
3.7. Transporte utilizado até ao ponto de partida para esta atividade/tour/visita	
(175) <input type="checkbox"/> Veículo automóvel	(180) <input type="checkbox"/> Autocarro/camioneta de carreira regular com serviço que classifico de:
(176) <input type="checkbox"/> Autocarro/carrinha de excursão	(180.1) <input type="checkbox"/> Bom
(177) <input type="checkbox"/> Moto/moto 4	(180.2) <input type="checkbox"/> Satisfatório
(178) <input type="checkbox"/> Bicicleta	(180.3) <input type="checkbox"/> Mau
(179) Outro: _____	
3.8. Alimentação/refeições nesta atividade/tour/visita	
(181) <input type="checkbox"/> Restauração local:	(184) <input type="checkbox"/> Merenda com produtos regionais adquiridos no local
(181.1) <input type="checkbox"/> Gastronomia regional	(185) <input type="checkbox"/> Merenda com produtos regionais adquiridos fora do local
(182) <input type="checkbox"/> Merenda fornecida pela empresa promotora, com produtos regionais	(186) <input type="checkbox"/> Merenda
(183) <input type="checkbox"/> Merenda fornecida pela empresa promotora	(187) <input type="checkbox"/> Produtos regionais de agricultura biológica
3.9. Custo desta atividade/tour/visita	
(188) <input type="checkbox"/> Barato	(189) <input type="checkbox"/> Razoável
(190) <input type="checkbox"/> Caro	(191) <input type="checkbox"/> Sem custos
3.10. Impacto das visitas/tours no ambiental local	3.11. Contacto com os residentes locais
(192) <input type="checkbox"/> Nenhum	(195) <input type="checkbox"/> Não
(193) <input type="checkbox"/> Discreto	(196) <input type="checkbox"/> Sim, como por exemplo:
(194) <input type="checkbox"/> Observável, como por exemplo:	(196.1) <input type="checkbox"/> Restauração
(194.1) <input type="checkbox"/> Congestionamento dos trilhos/atividade	(196.2) <input type="checkbox"/> Loja(s) de <i>souvenir(s)</i>
(194.2) <input type="checkbox"/> Erosão/degradação do suporte físico	(196.3) <input type="checkbox"/> Outro comércio: _____
(194.3) <input type="checkbox"/> Barulho/ruído	(196.4) <input type="checkbox"/> Guia local
(194.4) <input type="checkbox"/> Desflorestação/deterioração da flora	(196.5) <input type="checkbox"/> Freqüentador(es) do café/restaurante
(194.5) <input type="checkbox"/> Stress na fauna	(196.6) <input type="checkbox"/> Agricultor(es)
(194.6) <input type="checkbox"/> Lixos e restos de alimentos	(196.7) <input type="checkbox"/> Cruzamento no(s) percurso(s)
(194.7) Outro(s): _____	(196.8) Outro(s): _____
(194.8) _____	(196.9) _____
3.12. Disponibilidade para pagar uma sobretaxa – ‘willing to pay’ – a aplicar na minimização dos impactos da sua atividade turística	
(197) <input type="checkbox"/> Nenhuma	(199) <input type="checkbox"/> Concorde, mas não estou disponível
(198) <input type="checkbox"/> Disponível	(200) <input type="checkbox"/> Não sei

4. Type de tourisme que je cherche à Madère (une seule option)		
(201) <input type="checkbox"/> Tourisme sportif (202) <input type="checkbox"/> Écotourisme (203) <input type="checkbox"/> Tourisme en nature (204) <input type="checkbox"/> Tourisme d'aventure (205) <input type="checkbox"/> Tourisme nautique (206) <input type="checkbox"/> Santé et bien-être	(207) <input type="checkbox"/> Tourisme conventionnel/traditionnel (208) <input type="checkbox"/> Tourisme culturel (209) <input type="checkbox"/> Tourisme rural (210) <input type="checkbox"/> Soleil et mer (211) <input type="checkbox"/> Tournée paysagistique (212) Autre: _____	
4.1. Définir le type de tourisme sélectionné dans le point 4.		
_____ _____ _____ _____ En résumé:		
(213) <input type="checkbox"/> Tourisme actif <i>doux</i> (214) <input type="checkbox"/> Tourisme actif <i>dur</i> (215) <input type="checkbox"/> Tourisme soutenable		
4.2. Années de pratique de tourisme sélectionné dans le point 4.		
(216) <input type="checkbox"/> < 1 (217) <input type="checkbox"/> 1 - 5	(218) <input type="checkbox"/> 6 - 10 (219) <input type="checkbox"/> 11 - 15	(220) <input type="checkbox"/> 16 - 20 (221) <input type="checkbox"/> > 20

5. Logement			
5.1. Typologie		5.2. Lieu	
(222) <input type="checkbox"/> Hôtels (223) <input type="checkbox"/> Auberges (224) <input type="checkbox"/> <i>Camping</i> (225) <input type="checkbox"/> 'Quinta'	(226) <input type="checkbox"/> Maison louée (227) <input type="checkbox"/> Maison de famille (228) <input type="checkbox"/> Maison d'amis (229) Autre: _____	(230) <input type="checkbox"/> Ville de Funchal (231) <input type="checkbox"/> Ville de Machico (232) <input type="checkbox"/> Ville de S ^{ta} Cruz (233) <input type="checkbox"/> Ville de C ^{da} Lobos	(234) <input type="checkbox"/> Moyen rural au sud de l'île (235) <input type="checkbox"/> Moyen rural au nord de l'île
5.3. Choix/Option du logement			
(236) <input type="checkbox"/> Accidentel (237) <input type="checkbox"/> Judicieux		(238) <input type="checkbox"/> Judicieux par les bonnes pratiques sur l'environnement (239) <input type="checkbox"/> Aucun des précédentes	
5.4. Certification environnementale du logement			
(240) <input type="checkbox"/> Oui, par le(s): (240.1) <input type="checkbox"/> Eco-Hotel TÜV Rheinland Management System (240.2) <input type="checkbox"/> Green Globe 21 (240.3) <input type="checkbox"/> Green Tourism Business Scheme (GTBS) (240.4) Autre: _____		(241) <input type="checkbox"/> Oui, mais je ne rappelle pas l'organisme de certification (242) <input type="checkbox"/> Non (243) <input type="checkbox"/> Je ne sais pas	
5.5. Quelle est la garantie(s) que le client peut en avoir d'une certification environnementale du logement ?			
(244) <input type="checkbox"/> Relation prix/qualité (245) <input type="checkbox"/> Éducation environnementale (246) <input type="checkbox"/> Conservation/préservation de la nature		(247) <input type="checkbox"/> Développement soutenable (248) Autre: _____ (249) <input type="checkbox"/> Je ne sais pas	

Merci de votre disponibilité et collaboration.

Le questionnaire suivant s'insère dans le champ de l'investigation en cours sous la responsabilité de Maria João Freitas pour la thèse de maîtrise en Gestion de Territoire dans le domaine de spécialisation de 'Territoire et Développement', par la Faculté de Sciences Sociales et Humaines de L'Université Nova de Lisboa. Le titre du projet est 'Caractérisation et évaluation de l'écotourisme à l'île de Madère dans une perspective de développement soutenable'.

Les données sont confidentielles et seront analysées dans une perspective scientifique.

La participation est volontaire. Le répondant est libre de répondre aux questions qu'il veut ou même de cesser de répondre à tout moment.

Nom du questionneur: _____	Date: ____/____/2012
Lieu d'application: _____	Heure: ____ h: ____

N° Identification (IDNR)

--	--	--	--

1. Profil du répondant

1.1. Genre		1.2. Age	
(1) <input type="checkbox"/> Féminin	(2) <input type="checkbox"/> Masculin	(3) <input type="checkbox"/> 18 – 25	(5) <input type="checkbox"/> 42 – 55
		(4) <input type="checkbox"/> 26 – 41	(6) <input type="checkbox"/> ≥ 56
1.3. Pays d'origine			
(7) Nom du pays : _____		(8) Portugal:	
		(8.1) <input type="checkbox"/> Portugal Continental	
		(8.2) <input type="checkbox"/> Région Autonome de 'Açores'	
		(8.3) <input type="checkbox"/> Région Autonome de Madère	
1.4. Zone habituelle de résidence			
(9) <input type="checkbox"/> Grande ville	(11) <input type="checkbox"/> Petite ville	(13) <input type="checkbox"/> Rurale	
(10) <input type="checkbox"/> Ville	(12) <input type="checkbox"/> Périphérie d'une ville		
1.5. Qualifications			
(14) <input type="checkbox"/> Enseignement primaire jusqu' à la ____ e année de scolarité	(18) <input type="checkbox"/> Graduation		
(15) <input type="checkbox"/> Enseignement secondaire jusqu' à la ____ e année de scolarité	(19) <input type="checkbox"/> Obtention du diplôme		
(16) <input type="checkbox"/> Cours technologique/professionnel/autre (niveau III ¹)	(20) <input type="checkbox"/> Maîtrise		
(17) <input type="checkbox"/> Baccalauréat	(21) <input type="checkbox"/> Doctorat		
	(22) <input type="checkbox"/> Cours de spécialisation technologique		
1.6. Profession			
(23) _____			

2. Voyager

2.1. Époque de l'année préférée		
(24) <input type="checkbox"/> Printemps	(26) <input type="checkbox"/> Automne	(28) <input type="checkbox"/> Indifférent
(25) <input type="checkbox"/> Été	(27) <input type="checkbox"/> Hiver	(29) De _____ à _____

¹Niveau de qualification de la formation (avec équivalent à l'enseignement secondaire)

2. Voyager		
2.2. Compagnie plus fréquente		
(30) <input type="checkbox"/> Seul	(31) <input type="checkbox"/> Compagnon	(32) <input type="checkbox"/> Groupe famille (33) <input type="checkbox"/> Groupe d'amis(es)
2.3. Cinq destinations préférée (en attribuant le numéro d'ordre : 1^{er}, 2^{ème}, 3^{ème}, 4^{ème} et 5^{ème})		
(34) <input type="checkbox"/> Plage/soleil/mer	(39) <input type="checkbox"/> Grandes villes	(44) <input type="checkbox"/> Culture
(35) <input type="checkbox"/> Campagne/milieu rural	(40) <input type="checkbox"/> Villes historiques	(45) <input type="checkbox"/> Sports
(36) <input type="checkbox"/> Nature	(41) <input type="checkbox"/> Santé	(46) <input type="checkbox"/> Congrès
(37) <input type="checkbox"/> Montagne	(42) <input type="checkbox"/> Religion	(47) <input type="checkbox"/> Îles
(38) <input type="checkbox"/> Eaux intérieures	(43) <input type="checkbox"/> Festivités/festivales	(48) <input type="checkbox"/> Varié
2.4. La notion de vacances la plus signifiante (une seule option)		
(49) <input type="checkbox"/> Tranquillité	(52) <input type="checkbox"/> Exotisme	(55) <input type="checkbox"/> Aventure
(50) <input type="checkbox"/> Découverte	(53) <input type="checkbox"/> Savoir ce qui l'attend	(56) <input type="checkbox"/> Action/agitation
(51) <input type="checkbox"/> Sensations nouvelles	(54) <input type="checkbox"/> Retourner au lieu	(57) Autre: _____
2.5. Cinq raisons des voyages à la nature (en attribuant le numéro d'ordre : 1^{er}, 2^{ème}, 3^{ème}, 4^{ème} et 5^{ème})		
(58) <input type="checkbox"/> Fuite à la routine	(64) <input type="checkbox"/> Contact avec la nature	
(59) <input type="checkbox"/> Paix et tranquillité/relaxation	(65) <input type="checkbox"/> Récupération d'énergies	
(60) <input type="checkbox"/> Conservation du milieu naturel	(66) <input type="checkbox"/> Beauté des paysages	
(61) <input type="checkbox"/> Nouvelles connaissances	(67) <input type="checkbox"/> Investigation scientifique	
(62) <input type="checkbox"/> Exploitation physique des lieux	(68) <input type="checkbox"/> Sports radicaux	
(63) <input type="checkbox"/> Fuite aux lieux de tourisme conventionnel	(69) Autre: _____	
2.6. Fréquence des visites touristiques aux environnements naturels		
(70) <input type="checkbox"/> 1ère fois	(72) Autre: _____	
(71) en moyenne, _____ fois par an		
2.7. Cinq attributs de l'île de Madère (en attribuant le numéro d'ordre: 1^{er}, 2^{ème}, 3^{ème}, 4^{ème} et 5^{ème})		
(73) <input type="checkbox"/> Bon climat	(77) <input type="checkbox"/> Véritable	(81) <input type="checkbox"/> Sympathie
(74) <input type="checkbox"/> Ecologie	(78) <input type="checkbox"/> Mer	(82) <input type="checkbox"/> Tranquillité
(75) <input type="checkbox"/> Exotisme	(79) <input type="checkbox"/> Nature	(83) Autre(s): _____
(76) <input type="checkbox"/> Gastronomie	(80) <input type="checkbox"/> Sport	(84) _____
2.8. Séjour à l'île de Madère		
(85) <input type="checkbox"/> Résident dans l'île	(86) <input type="checkbox"/> 1ère fois (87) _____ ème fois	(88) Total de jours de séjour _____
		(89) Temps, par jour, (heures/minutes) dédié aux activités relationnées avec la nature, dans ces vacances _____
2.9. Lieux d'intérêt touristique basés dans la nature, visités dans l'île.		
(90) <input type="checkbox"/> Levadas (Prise d'eaux)	(97) <input type="checkbox"/> Moledos – Madalena do Mar	
(91) <input type="checkbox"/> Achadas da Cruz	(98) <input type="checkbox"/> Pináculo	
(92) <input type="checkbox"/> Fôret Laurissilva	(99) <input type="checkbox"/> Ponta de S. Lourenço	
(93) <input type="checkbox"/> Garajau	(100) <input type="checkbox"/> Sítio da Rocha do Navio	
(94) <input type="checkbox"/> Îles Desertas	(101) Autre(s): _____	
(95) <input type="checkbox"/> Îlot da Viúva	(102) _____	
(96) <input type="checkbox"/> Massif Montagneux Central	(103) _____	

3. Activité/Tour/Visite			
3.1. Connaissance initiale de ce lieu (une ou plus d'options)			
(104) <input type="checkbox"/> Documentaires/reportages	(111) <input type="checkbox"/> Dépliants/brochures disponibles à:		
(105) <input type="checkbox"/> Presse écrite (journaux, magazines,...)	(111.1) <input type="checkbox"/> Agences de voyages		
(106) <input type="checkbox"/> Internet	(111.2) <input type="checkbox"/> Bureaux d' information touristique		
(107) <input type="checkbox"/> Agences/opérateurs touristiques	(111.3) <input type="checkbox"/> Logements (hôtels, auberges,...)		
(108) <input type="checkbox"/> Campagnes officielles/foires	(111.4) <input type="checkbox"/> Restaurants		
(109) <input type="checkbox"/> Panneaux	(112) Autre(s): _____		
(110) <input type="checkbox"/> Catalogues	(113) _____		
3.2. Préparation de cette activité/tour/visite			
(114) <input type="checkbox"/> Entreprise d'animation touristique avec:	(115) <input type="checkbox"/> À sa responsabilité:		
(114.1) <input type="checkbox"/> Education ambiental précédente	(115.1) <input type="checkbox"/> Avant d'arriver à Madère		
(114.2) <input type="checkbox"/> Guide personnel	(115.2) <input type="checkbox"/> À Madère, complément d' autres activités		
(114.3) <input type="checkbox"/> Activités proposées	(115.3) <input type="checkbox"/> Spontanée/pas prévisible		
(114.4) <input type="checkbox"/> Certification environnemental par _____			
3.3. Activité(s) à pratiquer ou pratiquée(s) dans l'île			
(116) <input type="checkbox"/> Alpinisme	(128) <input type="checkbox"/> <i>Trekking</i>	(139) <input type="checkbox"/> Pêche sportive	
(117) <input type="checkbox"/> Deltaplane	(129) <input type="checkbox"/> Moto 4/moto	(140) <input type="checkbox"/> Pêche en cours d'eau	
(118) <input type="checkbox"/> Bicyclet /BTT	(130) <input type="checkbox"/> Observation d'oiseaux	(141) <input type="checkbox"/> <i>Rafting</i>	
(119) <input type="checkbox"/> Chasse sous-marine	(131) <input type="checkbox"/> Observation de cétacés,	(142) <input type="checkbox"/> <i>Rappel</i>	
(120) <input type="checkbox"/> Camping	(131.1) <input type="checkbox"/> Avec natation	(143) <input type="checkbox"/> <i>Surf</i>	
(121) <input type="checkbox"/> Canoe-kayak	(132) <input type="checkbox"/> Observation d' autre faune	(144) <input type="checkbox"/> Planche à voile	
(122) <input type="checkbox"/> Canoraft	(133) <input type="checkbox"/> Observation de flore	(145) <input type="checkbox"/> Voile	
(123) <input type="checkbox"/> <i>Canyoning</i>	(134) <input type="checkbox"/> Orientation	(146) Autre(s): _____	
(124) <input type="checkbox"/> <i>Cross country</i>	(135) <input type="checkbox"/> Parapente	(147) _____	
(125) <input type="checkbox"/> Escalade	(136) <input type="checkbox"/> Paravoile	(148) _____	
(126) <input type="checkbox"/> Spéléologie	(137) <input type="checkbox"/> Promenade en bateau	(149) _____	
(127) <input type="checkbox"/> Plongée/plongée en apnée	(138) <input type="checkbox"/> Promenade en voiture TT	(150) _____	
3.4. Lieu(x) où se trouve en ce moment			
(151) <input type="checkbox"/> Zone du Réseau Nature 2000	(158) <input type="checkbox"/> Litoral/côte		
(152) <input type="checkbox"/> Zone urbaine	(159) <input type="checkbox"/> Parc Naturel		
(153) <input type="checkbox"/> Massif Vulkanique Central	(160) <input type="checkbox"/> Réserve marin		
(154) <input type="checkbox"/> Fôret Laurissilva	(161) <input type="checkbox"/> Rivière		
(155) <input type="checkbox"/> Îles Desertas	(162) Autre(s): _____		
(156) <input type="checkbox"/> Îlot	(163) _____		
(157) <input type="checkbox"/> Prise d'eau (Levadas)	(164) <input type="checkbox"/> Je ne sais pas		
3.5. Guide en cette activité/tour/visite			
(165) <input type="checkbox"/> Oui	(166) <input type="checkbox"/> Pas nécessaire/dispensable	(167) <input type="checkbox"/> Il n'y a pas	(168) <input type="checkbox"/> Indisponible

3. Activité/Tour/Visite	
3.6. Votre contribution pour la conservation/préservation de la nature à l'île de Madère	
(169) <input type="checkbox"/> Monétaire, comprise dans le budget de l'entreprise	(172) <input type="checkbox"/> Travail scientifique
(170) <input type="checkbox"/> Monétaire (taux, ...)	(173) <input type="checkbox"/> Soutien à la divulgation du lieu /ONG
(171) <input type="checkbox"/> Travail volontaire en place	(174) <input type="checkbox"/> Aucun
3.7. Transport utilisé jusqu'au point de départ de l'activité/tour/visite	
(175) <input type="checkbox"/> Véhicule automobile	(180) <input type="checkbox"/> Autobus/autobus régulier de service que je classifie de:
(176) <input type="checkbox"/> Autobus/van de tourisme	(180.1) <input type="checkbox"/> Bon
(177) <input type="checkbox"/> Moto/moto 4	(180.2) <input type="checkbox"/> Satisfaisant
(178) <input type="checkbox"/> Bicyclette	(180.3) <input type="checkbox"/> Mauvais
(179) Autre: _____	
3.8. Alimentation/repas pendant cette activité	
(181) <input type="checkbox"/> Restauration locale:	(184) <input type="checkbox"/> Déjeuner avec des produits régionaux achetés au sur place
(181.1) <input type="checkbox"/> Gastronomie régionale	(185) <input type="checkbox"/> Déjeuner avec des produits régionaux achetés dans un autre lieu
(182) <input type="checkbox"/> Déjeuner fourni par l'entreprise responsable, avec de produits régionaux	(186) <input type="checkbox"/> Déjeuner
(183) <input type="checkbox"/> Déjeuner fourni par l'entreprise responsable	(187) <input type="checkbox"/> Produits régionaux d'agriculture biologique
3.9. Les coûts de cette activité/tour/visite	
(188) <input type="checkbox"/> Pas cher	(189) <input type="checkbox"/> Raisonnable
(190) <input type="checkbox"/> Cher	(191) <input type="checkbox"/> Sans coûts
3.10. Impact des visites sur l'environnement local	3.11. Contact avec des résidents locaux
(192) <input type="checkbox"/> Aucun	(195) <input type="checkbox"/> Non
(193) <input type="checkbox"/> Discret	(196) <input type="checkbox"/> Oui comme par exemple:
(194) <input type="checkbox"/> Observable comme par exemple :	(196.1) <input type="checkbox"/> Restauration
(194.1) <input type="checkbox"/> Congestion de rails/activité	(196.2) <input type="checkbox"/> Boutique(s) de souvenir(s)
(194.2) <input type="checkbox"/> Érosion/dégradation du support physique	(196.3) <input type="checkbox"/> Autre commerce: _____
(194.3) <input type="checkbox"/> Bruit	(196.4) <input type="checkbox"/> Guide local(e)
(194.4) <input type="checkbox"/> Déforestation/détérioration de la flore	(196.5) <input type="checkbox"/> Habitué(s) de café/restaurant
(194.5) <input type="checkbox"/> Stress dans la faune	(196.6) <input type="checkbox"/> Agriculteur(s)
(194.6) <input type="checkbox"/> Déchets et résidus alimentaires	(196.7) <input type="checkbox"/> Croisement dans le(s) parcours
(194.7) Autre(s): _____	(196.8) Autre(s): _____
(194.8) _____	(196.9) _____
3.12. Disponibilité pour payer un taux extra – 'willing to pay' – pour appliquer dans la minimisation des impacts de son activité touristique	
(197) <input type="checkbox"/> Aucune	(199) <input type="checkbox"/> Je suis d'accord, mais je ne suis pas disponible
(198) <input type="checkbox"/> Disponible	(200) <input type="checkbox"/> Je ne sais pas

4. Type of tourism that I look for in Madeira (choose only one)	
(201) <input type="checkbox"/> Sports tourism (202) <input type="checkbox"/> Ecotourism (203) <input type="checkbox"/> Nature (204) <input type="checkbox"/> Adventure (205) <input type="checkbox"/> Nautical (206) <input type="checkbox"/> Health and well-being	(207) <input type="checkbox"/> Traditional/conventional (208) <input type="checkbox"/> Cultural (209) <input type="checkbox"/> Rural tourism/cottages (210) <input type="checkbox"/> Sun and sea (211) <input type="checkbox"/> Landscape tourism (212) Other(s): _____
4.1. Define your choice in issue 4.	
_____ _____ _____ _____ _____ In summary:	
(213) <input type="checkbox"/> Soft active tourism (214) <input type="checkbox"/> Hard active tourism (215) <input type="checkbox"/> Sustainable tourism	
4.2. Year(s) of practice of the tourism selected in issue 4.	
(216) <input type="checkbox"/> < 1 (218) <input type="checkbox"/> 6 - 10 (220) <input type="checkbox"/> 16 - 20 (217) <input type="checkbox"/> 1 - 5 (219) <input type="checkbox"/> 11 - 15 (221) <input type="checkbox"/> > 20	
5. Accommodation	
5.1. Typology (222) <input type="checkbox"/> Hotel and similar (223) <input type="checkbox"/> Hostel (224) <input type="checkbox"/> Camping (225) <input type="checkbox"/> 'Quinta' (226) <input type="checkbox"/> Rented house (227) <input type="checkbox"/> Family home (228) <input type="checkbox"/> Friend's house (229) Other: _____	5.2. Place (230) <input type="checkbox"/> Funchal town (231) <input type="checkbox"/> Machico town (232) <input type="checkbox"/> S ^{ta} Cruz town (233) <input type="checkbox"/> Câmara de Lobos town (234) <input type="checkbox"/> Rural area in south of the island (235) <input type="checkbox"/> Rural area in north of the island
5.3. Choice/option of accommodation	
(236) <input type="checkbox"/> Casual/random (238) <input type="checkbox"/> Careful due to the good environmental practices (237) <input type="checkbox"/> Careful (239) <input type="checkbox"/> None of the above	
5.4. Environmental certification of the accommodation	
(240) <input type="checkbox"/> Yes, by: (240.1) <input type="checkbox"/> Eco-Hotel TÜV Rheinland Management System (240.2) <input type="checkbox"/> Green Globe 21 (240.3) <input type="checkbox"/> Green Tourism Business Scheme (GTBS) (240.4) Other: _____ (241) <input type="checkbox"/> Yes, but I do not remember the certification body (242) <input type="checkbox"/> No (243) <input type="checkbox"/> I do not know	
5.5. Which is the guarantee that the client can have of an environmental certification?	
(244) <input type="checkbox"/> Relation price/quality (247) <input type="checkbox"/> Sustainable development (245) <input type="checkbox"/> Environmental education (248) Other: _____ (246) <input type="checkbox"/> Conservation/preservation of nature (249) <input type="checkbox"/> I don't know	

Thank you for all the availability and collaboration.

This questionnaire is developed in the scope of a research project entitled 'Ecotourism in Madeira Island in a sustainable perspective'. The principal investigator is a Master student of the Faculty of Social and Human Sciences, NOVA University of Lisbon, name's Maria João Freitas.

Data is confidential and will be analysed in a scientific perspective.

Participants are FREE TO ANSWER OR NOT the questions and give up answering the questionnaire when they wish.

Name of the Applicant (field team): _____	Date: ____/____/2012
Place: _____	Hour: ____h:____

Identification Number (IDNR)				
------------------------------	--	--	--	--

1. Profile		
1.1. Gender	1.2. Age	
(1) <input type="checkbox"/> Female	(3) <input type="checkbox"/> 18 – 25	(5) <input type="checkbox"/> 42 – 55
(2) <input type="checkbox"/> Male	(4) <input type="checkbox"/> 26 – 41	(6) <input type="checkbox"/> ≥ 56
1.3. Country of origin		
(7) Name of the country: _____		(8) Portugal:
		(8.1) <input type="checkbox"/> Mainland
		(8.2) <input type="checkbox"/> Autonomous Region of Azores
		(8.3) <input type="checkbox"/> Autonomous Region of Madeira
1.4. Residential area (country of origin)		
(9) <input type="checkbox"/> Big city	(11) <input type="checkbox"/> Small town	(13) <input type="checkbox"/> Rural
(10) <input type="checkbox"/> Town	(12) <input type="checkbox"/> Urban periphery (surroundings)	
1.5. Qualifications		
(14) <input type="checkbox"/> Primary school, ____ years	(18) <input type="checkbox"/> Licensee	
(15) <input type="checkbox"/> Secondary school, ____ years	(19) <input type="checkbox"/> Post-Graduate degree	
(16) <input type="checkbox"/> Technology Education (Post-Secondary school)	(20) <input type="checkbox"/> Master degree	
(17) <input type="checkbox"/> Bachelor degree	(21) <input type="checkbox"/> Doctorate degree	
	(22) <input type="checkbox"/> Technological Specialization Course	
1.6. Occupation		
(23) _____		
2. Travel		
2.1. Favorite season		
(24) <input type="checkbox"/> Spring	(26) <input type="checkbox"/> Autumn	(28) <input type="checkbox"/> Any
(25) <input type="checkbox"/> Summer	(27) <input type="checkbox"/> Winter	(29) From ____ to ____
2.2. Do you travel?		
(30) <input type="checkbox"/> Alone	(31) <input type="checkbox"/> Life partner	(32) <input type="checkbox"/> Family
		(33) <input type="checkbox"/> Friends

2. Travel		
2.3. Five travel destinations (indicating 1st, 2nd, 3rd, 4th and 5th)		
(34) <input type="checkbox"/> Sand/sun/sea	(39) <input type="checkbox"/> Large cities	(44) <input type="checkbox"/> Culture
(35) <input type="checkbox"/> Rural area	(40) <input type="checkbox"/> Historic towns	(45) <input type="checkbox"/> Sports
(36) <input type="checkbox"/> Nature	(41) <input type="checkbox"/> Health	(46) <input type="checkbox"/> Congresses
(37) <input type="checkbox"/> Mountain	(42) <input type="checkbox"/> Religion	(47) <input type="checkbox"/> Island
(38) <input type="checkbox"/> Inland waters	(43) <input type="checkbox"/> Celebrations/festivals	(48) <input type="checkbox"/> Mixed
2.4. The most significant concept of holidays (choose only one)		
(49) <input type="checkbox"/> Tranquillity/peace	(52) <input type="checkbox"/> Exoticism	(55) <input type="checkbox"/> Adventure
(50) <input type="checkbox"/> Discover	(53) <input type="checkbox"/> Knowing what to expect	(56) <input type="checkbox"/> Action/agitation
(51) <input type="checkbox"/> New experiences	(54) <input type="checkbox"/> Returning to the place	(57) Other: _____
2.5. Five reasons for tripping to nature (indicating 1st, 2nd, 3rd, 4th and 5th)		
(58) <input type="checkbox"/> Escape to routine	(64) <input type="checkbox"/> Contact with the nature	
(59) <input type="checkbox"/> Peace and tranquillity/relaxation	(65) <input type="checkbox"/> Recovery of energies	
(60) <input type="checkbox"/> Conservation of the natural environment	(66) <input type="checkbox"/> Beauty of the landscapes	
(61) <input type="checkbox"/> New knowledge	(67) <input type="checkbox"/> Scientific research	
(62) <input type="checkbox"/> Physical exploration of places	(68) <input type="checkbox"/> Radical sports	
(63) <input type="checkbox"/> Escape from conventional tourism places	(69) Other: _____	
2.6. Frequency of tourist visits to natural environment		
(70) <input type="checkbox"/> First time	(72) Other: _____	
(71) On average, _____ time per year		
2.7. Five attributes of Madeira Island (indicating 1st, 2nd, 3rd, 4th and 5th)		
(73) <input type="checkbox"/> Good climate	(77) <input type="checkbox"/> Genuine	(81) <input type="checkbox"/> Sympathy
(74) <input type="checkbox"/> Ecology	(78) <input type="checkbox"/> Sea	(82) <input type="checkbox"/> Tranquility
(75) <input type="checkbox"/> Exoticism	(79) <input type="checkbox"/> Nature	(83) Other(s): _____
(76) <input type="checkbox"/> Gastronomy	(80) <input type="checkbox"/> Sports	(84) _____
2.8. Stay in Madeira		
(85) <input type="checkbox"/> Resident	(86) <input type="checkbox"/> 1 st time	(88) Total of days _____
(87) _____ ^{nd/rd/th} time	(89) Time, per day, (minutes/hours) dedicated to the activities related with nature, in these holidays _____	
2.9. Places of interest in nature-based tourism visited in Madeira (past and present)		
(90) <input type="checkbox"/> Levada walks	(97) <input type="checkbox"/> Moledos – Madalena do Mar	
(91) <input type="checkbox"/> Achadas da Cruz	(98) <input type="checkbox"/> Pináculo	
(92) <input type="checkbox"/> Laurissilva forest	(99) <input type="checkbox"/> Ponta de S. Lourenço	
(93) <input type="checkbox"/> Garajau	(100) <input type="checkbox"/> Sítio da Rocha do Navio	
(94) <input type="checkbox"/> Desert islands	(101) Other(s): _____	
(95) <input type="checkbox"/> Islander of Viúva	(102) _____	
(96) <input type="checkbox"/> Central highlands	(103) _____	

3. Activity/Tour/Visit		
3.1. Previous knowledge of the place (one or more options)		
(104) <input type="checkbox"/> Documentaries/reports	(111) <input type="checkbox"/> Available leaflets/brochures in:	
(105) <input type="checkbox"/> Newspapers/magazines	(111.1) <input type="checkbox"/> Travel agency	
(106) <input type="checkbox"/> Internet	(111.2) <input type="checkbox"/> Tourism information office	
(107) <input type="checkbox"/> Agencies/tour operator	(111.3) <input type="checkbox"/> Accomodation (hotel, inn,...)	
(108) <input type="checkbox"/> Official campaigns, exhibitions, trade fairs	(111.4) <input type="checkbox"/> Restaurant	
(109) <input type="checkbox"/> Outdoors	(112) Other(s): _____	
(110) <input type="checkbox"/> Catalogues/folders	(113) _____	
3.2. Preparation of this ativity/tour/visit		
(114) <input type="checkbox"/> Animation tourism company with:	(115) <input type="checkbox"/> On your own:	
(114.1) <input type="checkbox"/> Previous environmental education	(115.1) <input type="checkbox"/> Before arriving to Madeira	
(114.2) <input type="checkbox"/> Own guide	(115.2) <input type="checkbox"/> In Madeira, as a supplement of other activities	
(114.3) <input type="checkbox"/> Proposed activities	(115.3) <input type="checkbox"/> Spontaneous/unanticipated	
(114.4) <input type="checkbox"/> Environmental certification by _____		
3.3. Physical activity (present/past) in Madeira Island		
(116) <input type="checkbox"/> Alpinism	(128) <input type="checkbox"/> Mountaineering/trekking	(139) <input type="checkbox"/> Fishing (sea)
(117) <input type="checkbox"/> Delta wing	(129) <input type="checkbox"/> Moto 4/moto	(140) <input type="checkbox"/> Fishing in watercourses
(118) <input type="checkbox"/> Mountain bike	(130) <input type="checkbox"/> Birdwatching	(141) <input type="checkbox"/> Rafting
(119) <input type="checkbox"/> Spearfishing	(131) <input type="checkbox"/> Whale/dolphin watching,	(142) <input type="checkbox"/> Rappel
(120) <input type="checkbox"/> Camping	(131.1) <input type="checkbox"/> With swimming	(143) <input type="checkbox"/> Surf
(121) <input type="checkbox"/> Canoeing /kaiak	(132) <input type="checkbox"/> Observation of other fauna	(144) <input type="checkbox"/> Windsurf
(122) <input type="checkbox"/> Canorafting	(133) <input type="checkbox"/> Observation of flora	(145) <input type="checkbox"/> Sailing
(123) <input type="checkbox"/> Canyoning	(134) <input type="checkbox"/> Orientation	(146) Other(s): _____
(124) <input type="checkbox"/> Cross country	(135) <input type="checkbox"/> Paragliding	(147) _____
(125) <input type="checkbox"/> Climbing	(136) <input type="checkbox"/> Parasailing	(148) _____
(126) <input type="checkbox"/> Speleology	(137) <input type="checkbox"/> Boat ride	(149) _____
(127) <input type="checkbox"/> Scuba diving	(138) <input type="checkbox"/> Jeep tour	(150) _____
3.4. Identifying the place or places where you are at this moment		
(151) <input type="checkbox"/> Rede Natura 2000 area	(158) <input type="checkbox"/> Coast	
(152) <input type="checkbox"/> Urban area	(159) <input type="checkbox"/> Natural park	
(153) <input type="checkbox"/> Massive volcanic center	(160) <input type="checkbox"/> Marine researve	
(154) <input type="checkbox"/> Laurissilva forest	(161) <input type="checkbox"/> Riverside	
(155) <input type="checkbox"/> Desert islands	(162) Other(s): _____	
(156) <input type="checkbox"/> Islander	(163) _____	
(157) <input type="checkbox"/> Levada walks	(164) <input type="checkbox"/> I do not know	
3.5. Tour guide in this activity/tour/visit		
(165) <input type="checkbox"/> Yes	(166) <input type="checkbox"/> Unnecessary	(167) <input type="checkbox"/> No
		(168) <input type="checkbox"/> Unavailable

3. Activity/Tour/Visit	
3.6. Your contribution to conservation/preservation of nature in Madeira island	
(169) <input type="checkbox"/> Money, included in the package	(172) <input type="checkbox"/> Scientific work
(170) <input type="checkbox"/> Money (taxes...)	(173) <input type="checkbox"/> Support in the disclosure of the local/ Non-Governmental Organization (NGOs)
(171) <input type="checkbox"/> Volunteer work in the local	(174) <input type="checkbox"/> None
3.7. Transport used until the meeting point to this activity/tour/visit	
(175) <input type="checkbox"/> Motor vehicle	(180) <input type="checkbox"/> Bus service which I classify as:
(176) <input type="checkbox"/> Bus/van tour	(180.1) <input type="checkbox"/> Good
(177) <input type="checkbox"/> Motorcycle/four wheel motorcycle	(180.2) <input type="checkbox"/> Fair
(178) <input type="checkbox"/> Bike	(180.3) <input type="checkbox"/> Poor
(179) Other: _____	
3.8. Food/meals in this activity/tour/visit	
(181) <input type="checkbox"/> Local restaurant:	(184) <input type="checkbox"/> Meals with regional products purchased on the local
(181.1) <input type="checkbox"/> Regional gastronomy	(185) <input type="checkbox"/> Meals with regional products purchased outside the local
(182) <input type="checkbox"/> Meals provided by the local company with regional products	(186) <input type="checkbox"/> Meals
(183) <input type="checkbox"/> Meals provided by the local company	(187) <input type="checkbox"/> Biologic regional products
3.9. Cost of this activity/tour/visit	
(188) <input type="checkbox"/> Cheap	(189) <input type="checkbox"/> Reasonable
(190) <input type="checkbox"/> Expensive	(191) <input type="checkbox"/> No cost
3.10. Impact of visits/tours in local environment	3.11. Contact with local people
(192) <input type="checkbox"/> None	(195) <input type="checkbox"/> No
(193) <input type="checkbox"/> Discrete	(196) <input type="checkbox"/> Yes as an example:
(194) <input type="checkbox"/> Observable as an example:	(196.1) <input type="checkbox"/> Restaurant
(194.1) <input type="checkbox"/> Congestion of the rail/activity	(196.2) <input type="checkbox"/> Souvenir store
(194.2) <input type="checkbox"/> Erosion/degradation of the physical support	(196.3) <input type="checkbox"/> Other business: _____
(194.3) <input type="checkbox"/> Noise	(196.4) <input type="checkbox"/> Local guide
(194.4) <input type="checkbox"/> Deforestation/deterioration of the flora	(196.5) <input type="checkbox"/> People sitting in the restaurant
(194.5) <input type="checkbox"/> Stress on wildlife	(196.6) <input type="checkbox"/> Farmers
(194.6) <input type="checkbox"/> Garbage and food scraps	(196.7) <input type="checkbox"/> Cross in the path(s)
(194.7) Other(s): _____	(196.8) Other(s): _____
(194.8) _____	(196.9) _____
3.12. Willingness to pay a surcharge – ‘willing to pay’ – to minimize the impacts of the tourism activity	
(197) <input type="checkbox"/> No	(199) <input type="checkbox"/> I agree, but I am not available
(198) <input type="checkbox"/> Available	(200) <input type="checkbox"/> I do not know

4. Type of tourism that I look for in Madeira (choose only one)		
(201) <input type="checkbox"/> Sports tourism (202) <input type="checkbox"/> Ecotourism (203) <input type="checkbox"/> Nature (204) <input type="checkbox"/> Adventure (205) <input type="checkbox"/> Nautical (206) <input type="checkbox"/> Health and well-being	(207) <input type="checkbox"/> Traditional/conventional (208) <input type="checkbox"/> Cultural (209) <input type="checkbox"/> Rural tourism/cottages (210) <input type="checkbox"/> Sun and sea (211) <input type="checkbox"/> Landscape tourism (212) Other(s): _____	
4.1. Define your choice in issue 4.		
_____ _____ _____ _____ _____ In summary: (213) <input type="checkbox"/> Soft active tourism (214) <input type="checkbox"/> Hard active tourism (215) <input type="checkbox"/> Sustainable tourism		
4.2. Year(s) of practice of the tourism selected in issue 4.		
(216) <input type="checkbox"/> < 1 (217) <input type="checkbox"/> 1 - 5	(218) <input type="checkbox"/> 6 - 10 (219) <input type="checkbox"/> 11 - 15	(220) <input type="checkbox"/> 16 - 20 (221) <input type="checkbox"/> > 20
5. Accommodation		
5.1. Typology (222) <input type="checkbox"/> Hotel and similar (223) <input type="checkbox"/> Hostel (224) <input type="checkbox"/> Camping (225) <input type="checkbox"/> 'Quinta' (226) <input type="checkbox"/> Rented house (227) <input type="checkbox"/> Family home (228) <input type="checkbox"/> Friend's house (229) Other: _____	5.2. Place (230) <input type="checkbox"/> Funchal town (231) <input type="checkbox"/> Machico town (232) <input type="checkbox"/> S ^{ta} Cruz town (233) <input type="checkbox"/> Câmara de Lobos town (234) <input type="checkbox"/> Rural area in south of the island (235) <input type="checkbox"/> Rural area in north of the island	
5.3. Choice/option of accommodation		
(236) <input type="checkbox"/> Casual/random (237) <input type="checkbox"/> Careful	(238) <input type="checkbox"/> Careful due to the good environmental practices (239) <input type="checkbox"/> None of the above	
5.4. Environmental certification of the accommodation		
(240) <input type="checkbox"/> Yes, by: (240.1) <input type="checkbox"/> Eco-Hotel TÜV Rheinland Management System (240.2) <input type="checkbox"/> Green Globe 21 (240.3) <input type="checkbox"/> Green Tourism Business Scheme (GTBS) (240.4) Other: _____	(241) <input type="checkbox"/> Yes, but I do not remember the certification body (242) <input type="checkbox"/> No (243) <input type="checkbox"/> I do not know	
5.5. Which is the guarantee that the client can have of an environmental certification?		
(244) <input type="checkbox"/> Relation price/quality (245) <input type="checkbox"/> Environmental education (246) <input type="checkbox"/> Conservation/preservation of nature	(247) <input type="checkbox"/> Sustainable development (248) Other: _____ (249) <input type="checkbox"/> I don't know	

Thank you for all the availability and collaboration.

Die Umfrage wird im Rahmen einer wissenschaftlichen *Master*-Arbeit (*Master* „Landschaft und Entwicklung“) der Kandidatin Maria João Freitas an der Fakultät für Sozial- und Humanwissenschaften der *Universidade Nova*, Lissabon, durchgeführt. Der Titel des Projekts lautet: „Charakterisierung und Bewertung des Öko-Tourismus auf Madeira unter der Perspektive einer nachhaltigen Entwicklung“.

Die Daten werden vertraulich behandelt und für wissenschaftliche Zwecke ausgewertet.

Die Teilnahme ist freiwillig. Die Befragten beantworten die Fragen völlig frei und können jederzeit davon Abstand nehmen.

Name des Interviewers: _____	Datum: ____/____/2012
Ort: _____	Uhrzeit: ____ Uhr ____

Laufende Nummer (IDNR)				
------------------------	--	--	--	--

1. Angaben zum Befragten			
1.1. Geschlecht		1.2. Alter	
(1) <input type="checkbox"/> Weiblich		(3) <input type="checkbox"/> 8 – 25	(5) <input type="checkbox"/> 42 – 55
(2) <input type="checkbox"/> Männlich		(4) <input type="checkbox"/> 26 – 41	(6) <input type="checkbox"/> ≥ 56
1.3. Herkunftsland			
(7) Name des Herkunftslandes: _____		(8) Portugal:	
		(8.1) <input type="checkbox"/> Festland	
		(8.2) <input type="checkbox"/> Azoren	
		(8.3) <input type="checkbox"/> Madeira	
1.4. Wohngebiet			
(9) <input type="checkbox"/> Großstadt	(11) <input type="checkbox"/> Kleinstadt	(13) <input type="checkbox"/> Ländlich	
(10) <input type="checkbox"/> Stadt	(12) <input type="checkbox"/> Vorort		
1.5. Ausbildung			
(14) <input type="checkbox"/> Hauptschule	(17) <input type="checkbox"/> Bachelor (BA)	(20) <input type="checkbox"/> Master/ Magister (MA)	
(15) <input type="checkbox"/> Realschule	(18) <input type="checkbox"/> Staatsexamen/Diplom	(21) <input type="checkbox"/> Promotion	
(16) <input type="checkbox"/> Gymnasium/Abitur	(19) <input type="checkbox"/> Postgraduierten-Studium	(22) <input type="checkbox"/> Fachabitur	
1.6. Beruf			
(23) _____			
2. Reisen			
2.1. Bevorzugte Reisezeit			
(24) <input type="checkbox"/> Frühling	(26) <input type="checkbox"/> Herbst	(28) <input type="checkbox"/> Gleichgültig	
(25) <input type="checkbox"/> Sommer	(27) <input type="checkbox"/> Winter	(29) Von ____ bis ____	
2.2. Begleitung			
(30) <input type="checkbox"/> Alleinreisend	(31) <input type="checkbox"/> Mit Freund/in	(32) <input type="checkbox"/> Mit Familie	(33) <input type="checkbox"/> Mit Freunden

2. Reisen		
2.3. Nennen Sie fünf Ihrer Reisevorlieben (in der Reihenfolge von 1., 2., 3., 4., 5.)		
(34) <input type="checkbox"/> Strand/Sonne Meer	(39) <input type="checkbox"/> Großstädte	(44) <input type="checkbox"/> Kultur/Bildungsreisen
(35) <input type="checkbox"/> Auf dem Land	(40) <input type="checkbox"/> Historische Städte	(45) <input type="checkbox"/> Sport/sportliche Aktivitäten
(36) <input type="checkbox"/> Natur	(41) <input type="checkbox"/> Gesundheit/Wellness	(46) <input type="checkbox"/> Kongresse
(37) <input type="checkbox"/> Berge	(42) <input type="checkbox"/> Religiöse Reisen	(47) <input type="checkbox"/> Inseln
(38) <input type="checkbox"/> Seen, Flüsse, Bäche	(43) <input type="checkbox"/> Festivals	(48) <input type="checkbox"/> Verschiedenes
2.4. Der für Sie bedeutungsvollste Ferien-Begriff (nur eine Angabe)		
(49) <input type="checkbox"/> Ruhe	(52) <input type="checkbox"/> Exotik	(55) <input type="checkbox"/> Abenteuer
(50) <input type="checkbox"/> Entdecken	(53) <input type="checkbox"/> Dass man weiss, was einen erwartet	(56) <input type="checkbox"/> Action/Aufregendes
(51) <input type="checkbox"/> Neue Eindrücke	(54) <input type="checkbox"/> Noch einmal hinfahren	(57) Anderes: _____
2.5. Fünf Gründe für Reisen in die Natur (in der Reihenfolge von 1., 2., 3., 4., 5.)		
(58) <input type="checkbox"/> Flucht vor der Routine	(64) <input type="checkbox"/> Nähe zur Natur	
(59) <input type="checkbox"/> Ruhe und Frieden/Entspannung	(65) <input type="checkbox"/> Energie aufladen	
(60) <input type="checkbox"/> Naturschutz	(66) <input type="checkbox"/> Schöne Landschaften	
(61) <input type="checkbox"/> Neue Erkenntnisse	(67) <input type="checkbox"/> Wissenschaftliche Forschung	
(62) <input type="checkbox"/> Intensives Entdecken der Natur	(68) <input type="checkbox"/> Extremsport	
(63) <input type="checkbox"/> Flucht vor den konventionellen Urlaubsorten	(69) Anderer Grund: _____	
2.6. Häufigkeit der Reisen in die Natur		
(70) <input type="checkbox"/> Das erste Mal		
(71) Durchschnittlich <input type="text"/> mal pro Jahr	(72) Andere Angabe: _____	
2.7. Fünf Vorzüge Madeiras (in der Reihenfolge von 1., 2., 3., 4., 5.)		
(73) <input type="checkbox"/> Gutes Klima	(77) <input type="checkbox"/> Echtheit	(81) <input type="checkbox"/> Sympathie
(74) <input type="checkbox"/> Ökologie	(78) <input type="checkbox"/> Meer	(82) <input type="checkbox"/> Ruhe
(75) <input type="checkbox"/> Exotik	(79) <input type="checkbox"/> Natur	(83) Andere(r): _____
(76) <input type="checkbox"/> Essen & Trinken	(80) <input type="checkbox"/> Sport	(84) _____
2.8. Aufenthalt auf Madeira		
(85) <input type="checkbox"/> Ständiger Wohnort	(86) <input type="checkbox"/> das 1. Mal	(88) Dauer des Aufenthaltes in Tagen <input type="text"/>
	(87) Das _____. Mal	(89) Aktivitäten in der Natur in diesen Ferien am Tag (Stunden/Minuten) <input type="text"/>
2.9. Lokalitäten von natourtouristischem Interesse, die Sie auf der Insel besucht haben		
(90) <input type="checkbox"/> Levada(s)/Wasserläufe	(97) <input type="checkbox"/> Moledos – Madalena do Mar	
(91) <input type="checkbox"/> Achadas da Cruz	(98) <input type="checkbox"/> Pináculo	
(92) <input type="checkbox"/> Laurazeenwald	(99) <input type="checkbox"/> Ponta de S. Lourenço	
(93) <input type="checkbox"/> Garajau	(100) <input type="checkbox"/> Sítio da Rocha do Navio	
(94) <input type="checkbox"/> Die Desertas-Inseln	(101) Andere: _____	
(95) <input type="checkbox"/> Ilhéu da Viúva	(102) _____	
(96) <input type="checkbox"/> Zentral-Bergmassiv	(103) _____	

3. Aktivität/Tour/Besuch			
3.1. Erste Informationen über den Ort, an dem Sie sich gerade befinden (eine oder mehrere Angaben)			
(104) <input type="checkbox"/> Dokumentarfilm/Reportage	(111) Ausgelegte Prospekte und Informationsmaterialien in:		
(105) <input type="checkbox"/> Presse (Zeitungen, Zeitschriften...)	(111.1) <input type="checkbox"/> Reisebüro		
(106) <input type="checkbox"/> Internet	(111.2) <input type="checkbox"/> Fremdenverkehrsbüro		
(107) <input type="checkbox"/> Reisebüro	(111.3) <input type="checkbox"/> Unterkunft (Hotels, Pensionen...)		
(108) <input type="checkbox"/> Werbe-Kampagnen/Messen	(111.4) <input type="checkbox"/> Restaurants		
(109) <input type="checkbox"/> Outdoors	(112) Andere: _____		
(110) <input type="checkbox"/> Kataloge/Prospekte	(113) _____		
3.2. Vorbereitung auf diese(n) Aktivität/Tour/Besuch durch			
(114) <input type="checkbox"/> Professionelle Reise-Agentur mit:	(115) <input type="checkbox"/> Auf eigene Faust/In Eigeninitiative:		
(114.1) <input type="checkbox"/> Programm zur Erziehung zum Umweltschutz	(115.1) <input type="checkbox"/> Vor der Reise		
(114.2) <input type="checkbox"/> Eigenem Reiseführer	(115.2) <input type="checkbox"/> Auf Madeira, als Ergänzung zu anderen Aktivitäten		
(114.3) <input type="checkbox"/> Vorschlägen für bestimmte Aktivitäten	(115.3) <input type="checkbox"/> Spontane, nicht geplante Entscheidung		
(114.4) <input type="checkbox"/> Umwelt-Zertifikat, verliehen durch _____			
3.3. Aktivitäten, die Sie auf Madeira ausgeübt haben oder noch ausüben werden			
(116) <input type="checkbox"/> Bergsteigen	(128) <input type="checkbox"/> Bergwandern/Trekking	(139) <input type="checkbox"/> Sportangeln	
(117) <input type="checkbox"/> Gleitschirm	(129) <input type="checkbox"/> Motorradfahren	(140) <input type="checkbox"/> Süßwasserfischerei	
(118) <input type="checkbox"/> Fahrradfahren	(130) <input type="checkbox"/> Vogelbeobachtung	(141) <input type="checkbox"/> Rafting	
(119) <input type="checkbox"/> Unterwasserjagd	(131) <input type="checkbox"/> Wal-Beobachtung	(142) <input type="checkbox"/> Rappel	
(120) <input type="checkbox"/> Camping	(131.1) <input type="checkbox"/> mit Schwimmgang	(143) <input type="checkbox"/> Surf	
(121) <input type="checkbox"/> Kajak	(132) <input type="checkbox"/> Andere Tierbeobachtung	(144) <input type="checkbox"/> Windsurf	
(122) <input type="checkbox"/> Canorafting	(133) <input type="checkbox"/> Pflanzenkunde	(145) <input type="checkbox"/> Segeln	
(123) <input type="checkbox"/> Canyoning	(134) <input type="checkbox"/> Rallys	(146) Andere: _____	
(124) <input type="checkbox"/> Cross country	(135) <input type="checkbox"/> Paraglider	(147) _____	
(125) <input type="checkbox"/> Klettern	(136) <input type="checkbox"/> Parasailing	(148) _____	
(126) <input type="checkbox"/> Höhlenforschung	(137) <input type="checkbox"/> Schiffsausflug	(149) _____	
(127) <input type="checkbox"/> Tauchen/Schnorcheln	(138) <input type="checkbox"/> Jeep-Safari	(150) _____	
3.4. Identifizierung des augenblicklichen Aufenthaltsortes			
(151) <input type="checkbox"/> Naturschutzgebiet Rede Natura 2000	(158) <input type="checkbox"/> Küstengebiet		
(152) <input type="checkbox"/> Städtisches gebiet	(159) <input type="checkbox"/> Naturschutzgebiet		
(153) <input type="checkbox"/> Zentrales Vulkanmassiv	(160) <input type="checkbox"/> Meeresschutzgebiet		
(154) <input type="checkbox"/> Laurazeenwald	(161) <input type="checkbox"/> Bach		
(155) <input type="checkbox"/> Desertas-Inseln	(162) Andere: _____		
(156) <input type="checkbox"/> Vorgelagerte Felseninsel	(163) _____		
(157) <input type="checkbox"/> Levada/Wasserlauf	(164) <input type="checkbox"/> Weiß nicht		
3.5. Notwendigkeit eines Reiseführers/einer Reiseführerin für diese(n) Aktivität/Ausflug/Besuch			
(165) <input type="checkbox"/> Ja	(166) <input type="checkbox"/> Nicht notwendig	(167) <input type="checkbox"/> Gibt es nicht	(168) <input type="checkbox"/> War nicht zu bekommen

3. Aktivität/Tour/Besuch	
3.6. Ihr Beitrag zum Umweltschutz auf Madeira	
(169) <input type="checkbox"/> Finanzieller Beitrag (in der Reisebuchung einbegriffen)	(172) <input type="checkbox"/> Wissenschaftliche Arbeit
(170) <input type="checkbox"/> Finanzieller Beitrag (Gebühren, ...)	(173) <input type="checkbox"/> Hilfe bei der Werbung für die Lokalität/Nichtregierungsorganisationen
(171) <input type="checkbox"/> Freiwilligenarbeit vor Ort	(174) <input type="checkbox"/> Keiner
3.7. Verkehrsmittel, das Sie an den Ausgangspunkt für diese(n) Aktivität/Tour/Besuch gebracht hat	
(175) <input type="checkbox"/> Auto	(180) Regulärer Überlandbus mit folgender Bewertung:
(176) <input type="checkbox"/> Bus/Reisebus	(180.1) <input type="checkbox"/> Gut
(177) <input type="checkbox"/> Motorrad	(180.2) <input type="checkbox"/> Befriedigend
(178) <input type="checkbox"/> Fahrrad	(180.3) <input type="checkbox"/> Schlecht
(179) Anderes: _____	
3.8. Ernährung während diese(r/m) Aktivität/Tour/Besuch	
(181) <input type="checkbox"/> Örtliches Restaurant:	(184) <input type="checkbox"/> Lunch-Paket mit einheimischen Produkten vor Ort gekauft
(181.1) <input type="checkbox"/> Einheimische Gastronomie	(185) <input type="checkbox"/> Lunch-Paket mit einheimischen Produkten an einem anderen Ort gekauft
(182) <input type="checkbox"/> Lunch-Paket mit einheimischen Produkten vom Tour-Veranstalter	(186) <input type="checkbox"/> Lunch-Paket
(183) <input type="checkbox"/> Lunch-Paket vom Tour-Veranstalter	(187) <input type="checkbox"/> Einheimische Produkte aus biologischem Anbau
3.9. Kosten dieser/s Aktivität/Tour/Besuch(s)	
(188) <input type="checkbox"/> Sehr preiswert	(189) <input type="checkbox"/> Vernünftiger Preis
(190) <input type="checkbox"/> Teuer	(191) <input type="checkbox"/> Gratis
3.10. Auswirkungen der Besuche/der Touren auf die Umwelt	3.11. Kontakt mit Einheimischen
(192) <input type="checkbox"/> Keine	(195) <input type="checkbox"/> Nein
(193) <input type="checkbox"/> Wenige	(196) <input type="checkbox"/> Ja, zum Beispiel:
(194) <input type="checkbox"/> Erheblich, zum Beispiel:	(196.1) <input type="checkbox"/> im Restaurant
(194.1) <input type="checkbox"/> Überlastung der Strecken dieser Aktivitäten	(196.2) <input type="checkbox"/> im Souvenir-Laden
(194.2) <input type="checkbox"/> Erosion/Degradation der Infrastruktur	(196.3) <input type="checkbox"/> in einem anderen Geschäft: _____
(194.3) <input type="checkbox"/> Lärm/Fremdgeräusche	(196.4) <input type="checkbox"/> Einheimische(r) Reiseführer/Reiseführerin
(194.4) <input type="checkbox"/> Entwaldung/Schädigung der Flora	(196.5) <input type="checkbox"/> Gäste in Cafés und Restaurants
(194.5) <input type="checkbox"/> Stress in der Fauna	(196.6) <input type="checkbox"/> Bauern
(194.6) <input type="checkbox"/> Müll und Speisereste/Verpackungen	(196.7) <input type="checkbox"/> Begegnungen bei Touren
(194.7) Andere: _____	(196.8) Andere: _____
(194.8) _____	(196.9) _____
3.12. Bereitschaft, eine Touristen-Gebühr zu zahlen – 'willing to pay' – die dafür verwendet wird, die Auswirkungen des Tourismus' möglichst gering zu halten.	
(197) <input type="checkbox"/> Keinerlei Bereitschaft	(199) <input type="checkbox"/> Einverstanden, aber keine Bereitschaft
(198) <input type="checkbox"/> Bin dazu bereit	(200) <input type="checkbox"/> Weiß nicht

4. Die Art von Tourismus, die ich auf Madeira suche (nur eine Angabe)	
(201) <input type="checkbox"/> Sporttourismus (202) <input type="checkbox"/> Ökotourismus (203) <input type="checkbox"/> Naturtourismus (204) <input type="checkbox"/> Abenteuer-tourismus (205) <input type="checkbox"/> Bootstourismus (206) <input type="checkbox"/> Gesundheit und <i>Wellness/SPA</i>	(207) <input type="checkbox"/> Herkömmlicher Tourismus (208) <input type="checkbox"/> Kulturtourismus/Bildungsreise (209) <input type="checkbox"/> Agrartourismus/ländlicher Tourismus (210) <input type="checkbox"/> Sonne und Meer (211) <input type="checkbox"/> Landschafts- <i>Touring</i> (212) Andere: _____
4.1. Definieren Sie die in Punkt 4 gewählte Tourismus-Art.	
_____ _____ _____	
Zusammenfassung:	
(213) <input type="checkbox"/> Sanfter Aktivtourismus	(214) <input type="checkbox"/> Harter Aktivtourismus
(215) <input type="checkbox"/> Umweltverträglicher/nachhaltiger Tourismus	
4.2. Praktizierung der in Punkt 4 gewählten Tourismus-Art in Jahren.	
(216) <input type="checkbox"/> < 1 (217) <input type="checkbox"/> 1 - 5	(218) <input type="checkbox"/> 6 - 10 (219) <input type="checkbox"/> 11 - 15
(220) <input type="checkbox"/> 16 - 20 (221) <input type="checkbox"/> > 20	
5. Unterbringung	
5.1. Typ	5.2. Ort
(222) <input type="checkbox"/> Hotel o. ä. (223) <input type="checkbox"/> <i>Pousada</i> (224) <input type="checkbox"/> Camping (225) <input type="checkbox"/> ' <i>Quinta</i> ' (226) <input type="checkbox"/> Ferienhaus/ Ferienwohnung zur Miete (227) <input type="checkbox"/> bei Familie (228) <input type="checkbox"/> bei Freunden (229) Andere: _____	(230) <input type="checkbox"/> Funchal (231) <input type="checkbox"/> Machico (232) <input type="checkbox"/> S ^{ta} Cruz (233) <input type="checkbox"/> C ^a Lobos (234) <input type="checkbox"/> Ländliche Gegend im Süden Madeiras (235) <input type="checkbox"/> Ländliche Gegend im Norden Madeiras
5.3. Wahl der Unterbringung	
(236) <input type="checkbox"/> Zufällig (237) <input type="checkbox"/> Nach sorgfältiger Überlegung	(238) <input type="checkbox"/> Wegen guter Umweltpraktiken (239) <input type="checkbox"/> Keine dieser Antworten
5.4. Umweltzertifizierung des Unterbringung	
(240) <input type="checkbox"/> Ja, und zwar durch: (240.1) <input type="checkbox"/> Eco-Hotel TÜV Rheinland Management System (240.2) <input type="checkbox"/> <i>Green Globe 21</i> (240.3) <input type="checkbox"/> <i>Green Tourism Business Scheme (GTBS)</i> (240.4) Andere: _____	(241) <input type="checkbox"/> Ja, aber ich erinnere mich nicht an die Institution (242) <input type="checkbox"/> Nein (243) <input type="checkbox"/> Weiß nicht
5.5. Was garantiert die Umweltzertifizierung einer Unterbringung?	
(244) <input type="checkbox"/> Preis/Leistungs-Verhältnis (245) <input type="checkbox"/> Erziehung zum Umweltschutz (246) <input type="checkbox"/> Naturschutz	(247) <input type="checkbox"/> Nachhaltige Entwicklung (248) Andere: _____ (249) <input type="checkbox"/> Weiß nicht

Wir danken Ihnen für Ihre Bereitschaft zur Zusammenarbeit!

A 3.2

O presente inquérito insere-se no âmbito de uma investigação a cargo de Maria João Freitas para dissertação de mestrado em Gestão do Território na área de especialização 'Território e Desenvolvimento', pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. O título do projeto é 'Caracterização e avaliação do ecoturismo na ilha da Madeira numa perspetiva de desenvolvimento sustentável'.

Os dados são confidenciais e serão analisados numa perspetiva científica.

A participação é voluntária. O inquirido é livre de responder às questões que entender e de desistir a qualquer momento.

Nome do inquiridor: _____ Data: ____/____/2012

Nº Identificação (IDNR)

1. Perfil do inquirido

1.1. Género		1.2. Idade	
(1) <input type="checkbox"/> Feminino	(3) <input type="checkbox"/> 18 – 25	(5) <input type="checkbox"/> 42 – 55	
(2) <input type="checkbox"/> Masculino	(4) <input type="checkbox"/> 26 – 41	(6) <input type="checkbox"/> ≥ 56	
1.3. País de origem			
(7) Nome do país: _____		(8) Portugal:	
		(8.1) <input type="checkbox"/> Portugal Continental	
		(8.2) <input type="checkbox"/> Região Autónoma dos Açores	
		(8.3) <input type="checkbox"/> Região Autónoma da Madeira	
1.4. Residência habitual			
(9) <input type="checkbox"/> Na ilha da Madeira		(10) Outra: _____	
1.5. Habilitações literárias			
(11) _____			
1.6. Situação profissional			
(12) Designação da profissão: _____		(13) Anos de experiência: _____	
(14) <input type="checkbox"/> <i>Freelancer</i>	(15) <input type="checkbox"/> Contratado	(16) <input type="checkbox"/> Efetivo	

2. Tipo de turismo para que está vocacionado (1 a 3 opções, por ordem de importância – 1º, 2º e 3º)

(17) <input type="checkbox"/> Ecoturismo	(23) <input type="checkbox"/> Turismo cultural
(18) <input type="checkbox"/> Turismo de natureza	(24) <input type="checkbox"/> Sol e mar
(19) <input type="checkbox"/> Turismo convencional/tradicional	(25) <input type="checkbox"/> Turismo rural
(20) <input type="checkbox"/> Saúde e bem-estar	(26) <input type="checkbox"/> Turismo náutico
(21) <input type="checkbox"/> Turismo de aventura	(27) <input type="checkbox"/> <i>Touring</i> paisagístico
(22) <input type="checkbox"/> Turismo desportivo	(28) Outro: _____

2.1. Definir o(s) tipo(s) de turismo selecionado(s) no ponto 2

(29) <input type="checkbox"/> Turismo ativo <i>soft</i>	(30) <input type="checkbox"/> Turismo ativo <i>hard</i>	(31) <input type="checkbox"/> Turismo sustentável
---	---	---

3. Clientes		
3.1. Países de origem da maioria dos clientes		
(32) _____	(35) _____	(38) _____
(33) _____	(36) _____	(39) _____
(34) _____	(37) _____	(40) _____
3.2. Dimensão média dos grupos		
(41) Mínimo de _____ e máximo de _____ clientes por grupo		
3.3. Perfil da maioria dos clientes		
3.3.1. Grupo etário	3.3.2. Género	3.3.3. Situação no trabalho
(42) <input type="checkbox"/> 18 – 25 anos (43) <input type="checkbox"/> 26 – 41 anos (44) <input type="checkbox"/> 42 – 55 anos (45) <input type="checkbox"/> 56 anos e + anos (46) <input type="checkbox"/> Sem padrão etário	(47) <input type="checkbox"/> Mulheres (48) <input type="checkbox"/> Homens (49) <input type="checkbox"/> Sem relevância	(50) <input type="checkbox"/> Ativos (51) <input type="checkbox"/> Reformados (52) <input type="checkbox"/> Sem relevância
3.3.4. Nível de formação	3.3.5. Rendimento	3.3.6. Personalidade
(53) <input type="checkbox"/> Baixo (54) <input type="checkbox"/> Médio (55) <input type="checkbox"/> Elevado	(56) <input type="checkbox"/> Baixo (57) <input type="checkbox"/> Médio (58) <input type="checkbox"/> Elevado	(59) <input type="checkbox"/> Aventureiros (60) <input type="checkbox"/> Desportistas (61) <input type="checkbox"/> Cientistas/intelectuais (62) <input type="checkbox"/> Radicais (63) Outro: _____ (64) <input type="checkbox"/> Sem relevância
3.3.7. Companhia + frequente	3.3.8. Interesse em aprender sobre:	
(65) <input type="checkbox"/> Solitário (66) <input type="checkbox"/> Em grupo/pares de amigos (67) <input type="checkbox"/> Em família	(68) <input type="checkbox"/> Ambiente natural (69) <input type="checkbox"/> Tradições/cultura (70) <input type="checkbox"/> Gastronomia	(71) <input type="checkbox"/> Património edificado (72) <input type="checkbox"/> Gentes/comunidade local (73) Outro: _____
4. Sazonalidade		
(74) Época alta entre os meses de _____ e _____; média de clientes: _____		
(75) Época baixa entre os meses de _____ e _____; média de clientes: _____		
(76) <input type="checkbox"/> Não se verifica		
5. Preparação /formação específica na(s) atividade(s)		
(77) <input type="checkbox"/> Alpinismo (78) <input type="checkbox"/> Asa delta (79) <input type="checkbox"/> Bicicleta/BTT (80) <input type="checkbox"/> Caça submarina (81) <input type="checkbox"/> Campismo (82) <input type="checkbox"/> Canoagem/kaiak (83) <input type="checkbox"/> Canorafting (84) <input type="checkbox"/> Canyoning (85) <input type="checkbox"/> Cross country	(89) <input type="checkbox"/> Caminhada/trekking (90) <input type="checkbox"/> Moto 4/motos (91) <input type="checkbox"/> Observação de aves (92) <input type="checkbox"/> Observação de cetáceos, (92.1) <input type="checkbox"/> Com natação (93) <input type="checkbox"/> Observação de outra fauna (94) <input type="checkbox"/> Observação da flora (95) <input type="checkbox"/> Orientação (96) <input type="checkbox"/> Parapente	(100) <input type="checkbox"/> Pesca desportiva (mar) (101) <input type="checkbox"/> Pesca em cursos de água (102) <input type="checkbox"/> Rafting (103) <input type="checkbox"/> Rappel (104) <input type="checkbox"/> Surf (105) <input type="checkbox"/> Windsurf (106) <input type="checkbox"/> Vela (107) Outra(s): _____ (108) _____

5. Preparação /formação específica na(s) atividade(s)			
(86) <input type="checkbox"/> Escalada	(97) <input type="checkbox"/> <i>Parasailing</i>	(109) _____	
(87) <input type="checkbox"/> Espeleologia	(98) <input type="checkbox"/> Passeios de barco	(110) _____	
(88) <input type="checkbox"/> Mergulho/ <i>snorkeling</i>	(99) <input type="checkbox"/> Passeios de jipe - TT	(111) _____	
6. Campos físicos de ação (turismo com base na natureza)			
6.1. Três (3) percursos mais solicitados		6.2. Três (3) percursos menos solicitados	
(112) _____		(115) _____	
(113) _____		(116) _____	
(114) _____		(117) _____	
6.3. Três (3) percursos que mais aprecia		6.4. Três (3) potenciais locais nunca ou pouco explorados	
(118) _____		(121) _____	
(119) _____		(122) _____	
(120) _____		(123) _____	
7. Participação na conservação/preservação do meio ambiente (uma ou mais opções)			
(124) <input type="checkbox"/> Nenhuma		(129) <input type="checkbox"/> Educação ambiental aos clientes:	
(125) <input type="checkbox"/> Voluntária		(129.1) <input type="checkbox"/> Antes da saída	
(126) <input type="checkbox"/> Obrigatória		(129.2) <input type="checkbox"/> Durante a saída e passiva	
(127) <input type="checkbox"/> Periódica		(129.3) <input type="checkbox"/> Durante a saída e interativa	
(128) <input type="checkbox"/> Financeira		(130) <input type="checkbox"/> Educação ambiental às populações locais (colóquios, escolas,...)	
		(131) <input type="checkbox"/> Campanhas de limpeza e de manutenção com os clientes	
		(132) <input type="checkbox"/> Campanhas de limpeza e de manutenção com os locais (população e/ou serviços públicos)	
8. Certificação ambiental da(s) empresa(s) para quem trabalha			
(133) <input type="checkbox"/> Sim, pelo(s) _____ ; _____ ; _____ ; _____			
(134) <input type="checkbox"/> Não, mas em fase de candidatura ao _____			
(135) <input type="checkbox"/> Não			
8.1.Importância da certificação ambiental			
(136) <input type="checkbox"/> Sem interesse		(139) <input type="checkbox"/> Aumenta o grau de competitividade	
(137) <input type="checkbox"/> Garantia de qualidade do serviço ao cliente		(140) <input type="checkbox"/> Uma moda a nível global	
(138) <input type="checkbox"/> Vende mais		(141) <input type="checkbox"/> Garantia preço/qualidade ao cliente	
9. Transporte(s) utilizado(s)			
(142) <input type="checkbox"/> Público		(144) <input type="checkbox"/> Da empresa	
(143) <input type="checkbox"/> Alugado		(145) <input type="checkbox"/> Próprio	
10. Equipamento(s) necessário(s)			
(146) <input type="checkbox"/> Acessível no mercado regional		(148) <input type="checkbox"/> Maioria importado da Europa	
(147) <input type="checkbox"/> Maioria comercializado no Continente		(149) <input type="checkbox"/> Maioria importado	

(150) <input type="checkbox"/> Apoiar a conservação da natureza	(161) <input type="checkbox"/> Adiciona fonte de rendimento alternativa ao uso intensivo do solo agrícola
(151) <input type="checkbox"/> Associa elevado rendimento a turismo de pequena escala	(162) <input type="checkbox"/> Gera rendimentos às populações locais
(152) <input type="checkbox"/> Aumenta as áreas protegidas naturais	(163) <input type="checkbox"/> Intensifica o interesse científico sobre espécies indígenas e endémicas
(153) <input type="checkbox"/> Baixa o consumo de água e de energia	(164) <input type="checkbox"/> Altera comportamentos e atitudes dos locais sobre o ambiente
(154) <input type="checkbox"/> Melhora o controlo sobre impactos ambientais negativos	(165) <input type="checkbox"/> Modifica comportamentos e atitudes dos turistas sobre o ambiente
(155) <input type="checkbox"/> Cria postos de trabalho aos locais	(166) <input type="checkbox"/> Promove educação ambiental aos locais
(156) <input type="checkbox"/> Desenvolve as áreas rurais	(167) <input type="checkbox"/> Fomenta o voluntariado para a preservação do meio ambiente
(157) <input type="checkbox"/> Diminui a utilização de recursos naturais	(168) <input type="checkbox"/> Providencia doações para a conservação da natureza
(158) <input type="checkbox"/> Envolve os organismos locais na monitorização e avaliação dos impactos	(169) <input type="checkbox"/> Reduz a produção de resíduos sólidos urbanos
(159) <input type="checkbox"/> Respeita as especificidades sociais e culturais das comunidades locais	
(160) <input type="checkbox"/> Promove a equidade social	

11.1. Proposta(s) para tornar esta atividade mais sustentável na Região Autónoma da Madeira

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There are approximately 20 lines visible. The paper appears to be a standard notebook page or a sheet of stationery.

Obrigado por toda a disponibilidade e colaboração.

A 3.3

O presente inquérito insere-se no âmbito de uma investigação a cargo de Maria João Freitas para dissertação de mestrado em Gestão do Território na área de especialização 'Território e Desenvolvimento', pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. O título do projeto é 'Caracterização e avaliação do ecoturismo na ilha da Madeira numa perspetiva de desenvolvimento sustentável'.

Os dados são confidenciais e serão analisados numa perspetiva científica.

A participação é voluntária. O inquirido é livre de responder às questões que entender e de desistir a qualquer momento.

Nome do inquiridor: _____ Data: ____/____/2012

Nº Identificação (IDNR)

1. Empresa

1.1. Identificação:

1.2. Ano do Alvará:

1.3. Tipologia da Animação:

1.4. Inquirido:

1.5. Endereço:

☐ Gestor ☐ Relações públicas

1.6. Empresa ☐ Local ☐ Nacional ☐ Transnacional

Outro: _____

2. Colaboradores

(1) Número total

(2) Salário médio mensal (facultativo)

2.1. Nº de colaboradores com formação superior na área de:

(3) Ambiente em _____; _____; _____; _____

(4) Turismo em _____; _____; _____; _____

(5) Gestão em _____; _____; _____; _____

2.2. Nº de colaboradores com formação especializada em:

(6) Guia de montanha

(9) Outro(s):

(7) Mergulho

(10)

(8) Ornitologia

(11)

2.3. Nº de colaboradores:

(12) Da R.A. da Madeira

(14) De Portugal Continental

(13) Da R. A. dos Açores

(15) De fora do país

3. Tipo de turismo para que a empresa está vocacionada (uma a 3 opções, por ordem de importância – 1º, 2º e 3º)

(16) ☐ Ecoturismo

(22) ☐ Turismo cultural

(17) ☐ Turismo de natureza

(23) ☐ Sol e mar

(18) ☐ Turismo convencional/tradicional

(24) ☐ Turismo rural

(19) ☐ Saúde e bem-estar

(25) ☐ Turismo náutico

(20) ☐ Turismo de aventura

(26) ☐ *Touring* paisagístico

(21) ☐ Turismo desportivo

(27) Outro: _____

3.1. Definir o tipo de turismo seleccionado no ponto 3		
(28) <input type="checkbox"/> Turismo ativo <i>soft</i>	(29) <input type="checkbox"/> Turismo ativo <i>hard</i>	(30) <input type="checkbox"/> Turismo sustentável
4. Clientes		
4.1. N.º médio de clientes/ano		4.2. Países de origem dos clientes estrangeiros
(31) Locais <input style="width: 50px;" type="text"/>	(32) Continentais e/ou açorianos <input style="width: 50px;" type="text"/>	(35) <input style="width: 50px;" type="text"/> (40) <input style="width: 50px;" type="text"/>
(33) Estrangeiros <input style="width: 50px;" type="text"/>	(34) Total <input style="width: 50px;" type="text"/>	(36) <input style="width: 50px;" type="text"/> (41) <input style="width: 50px;" type="text"/>
		(37) <input style="width: 50px;" type="text"/> (42) <input style="width: 50px;" type="text"/>
		(38) <input style="width: 50px;" type="text"/> (43) <input style="width: 50px;" type="text"/>
		(39) <input style="width: 50px;" type="text"/> (44) <input style="width: 50px;" type="text"/>
4.3. Dimensão média dos grupos		
(45) Mínimo de <input style="width: 30px;" type="text"/> e máximo de <input style="width: 30px;" type="text"/> clientes por grupo		
(46) Até ao máximo de <input style="width: 30px;" type="text"/> grupos por cada saída		
4.4. Perfil da maioria dos clientes		
4.4.1. Grupo etário	4.4.2. Género	4.4.3. Situação no trabalho
(47) <input type="checkbox"/> 18 – 25 anos	(51) <input type="checkbox"/> Mulheres	(54) <input type="checkbox"/> Ativos
(48) <input type="checkbox"/> 26 – 41 anos	(52) <input type="checkbox"/> Homens	(55) <input type="checkbox"/> Reformados
(49) <input type="checkbox"/> 42 – 55 anos	(53) <input type="checkbox"/> Sem relevância	(56) <input type="checkbox"/> Sem relevância
(50) <input type="checkbox"/> 56 anos e + anos		
4.4.4. Nível de formação	4.4.5. Rendimento	4.4.6. Personalidade
(57) <input type="checkbox"/> Baixo	(60) <input type="checkbox"/> Baixo	(63) <input type="checkbox"/> Aventureiros
(58) <input type="checkbox"/> Médio	(61) <input type="checkbox"/> Médio	(64) <input type="checkbox"/> Desportistas
(59) <input type="checkbox"/> Elevado	(62) <input type="checkbox"/> Elevado	(65) <input type="checkbox"/> Cientistas/intelectuais
		(66) <input type="checkbox"/> Radicais
		(67) Outro: <input style="width: 50px;" type="text"/>
		(68) <input type="checkbox"/> Sem relevância
4.4.7. Companhia + frequente	4.4.8. Interesse em aprender sobre:	
(69) <input type="checkbox"/> Solitário	(72) <input type="checkbox"/> Ambiente natural	(75) <input type="checkbox"/> Património edificado
(70) <input type="checkbox"/> Em grupo/pares de amigos	(73) <input type="checkbox"/> Tradições/cultura	(76) <input type="checkbox"/> Gentes/comunidade local
(71) <input type="checkbox"/> Em família	(74) <input type="checkbox"/> Gastronomia	(77) Outro: <input style="width: 50px;" type="text"/>
5. Sazonalidade		
(78) Época alta entre os meses de <input style="width: 50px;" type="text"/> e <input style="width: 50px;" type="text"/> ; média de clientes: <input style="width: 50px;" type="text"/>		
(79) Época baixa entre os meses de <input style="width: 50px;" type="text"/> e <input style="width: 50px;" type="text"/> ; média de clientes: <input style="width: 50px;" type="text"/>		
(80) <input type="checkbox"/> Não se verifica		
6. Atividade(s) dominante(s)		
(81) <input type="checkbox"/> Alpinismo	(93) <input type="checkbox"/> Montanhismo/ <i>trekking</i>	(104) <input type="checkbox"/> Pesca desportiva (mar)
(82) <input type="checkbox"/> Asa delta	(94) <input type="checkbox"/> Moto 4/motos	(105) <input type="checkbox"/> Pesca em cursos de água
(83) <input type="checkbox"/> Bicicleta/BTT	(95) <input type="checkbox"/> Observação de aves	(106) <input type="checkbox"/> <i>Rafting</i>

6. Atividade(s) dominante(s)		
(84) <input type="checkbox"/> Caça submarina	(96) <input type="checkbox"/> Observação de cetáceos,	(107) <input type="checkbox"/> <i>Rappel</i>
(85) <input type="checkbox"/> Campismo	(94.1) <input type="checkbox"/> Com natação	(108) <input type="checkbox"/> <i>Surf</i>
(86) <input type="checkbox"/> Canoagem/ <i>kaiak</i>	(97) <input type="checkbox"/> Observação de outra fauna	(109) <input type="checkbox"/> <i>Windsurf</i>
(87) <input type="checkbox"/> <i>Canorafting</i>	(98) <input type="checkbox"/> Observação da flora	(110) <input type="checkbox"/> <i>Vela</i>
(88) <input type="checkbox"/> <i>Canyoning</i>	(99) <input type="checkbox"/> Orientação	(111) Outra(s): _____
(89) <input type="checkbox"/> <i>Cross country</i>	(100) <input type="checkbox"/> <i>Parapente</i>	(112) _____
(90) <input type="checkbox"/> Escalada	(101) <input type="checkbox"/> <i>Parasailing</i>	(113) _____
(91) <input type="checkbox"/> Espeleologia	(102) <input type="checkbox"/> Passeios de barco	(114) _____
(92) <input type="checkbox"/> Mergulho/ <i>snorkeling</i>	(103) <input type="checkbox"/> Passeios de jipe - TT	(115) _____
7. Campo(s) físico(s) de ação		
(116) <input type="checkbox"/> Áreas da Rede Natura 2000	(123) <input type="checkbox"/> Litoral/costa	
(117) <input type="checkbox"/> Áreas urbanas	(124) <input type="checkbox"/> Parque Natural	
(118) <input type="checkbox"/> Maciço montanhoso central	(125) <input type="checkbox"/> Reservas marinhas	
(119) <input type="checkbox"/> Floresta Laurissilva	(126) <input type="checkbox"/> Ribeiras	
(120) <input type="checkbox"/> Ilhas Desertas	(127) Outro(s): _____	
(121) <input type="checkbox"/> Ilhéus	(128) _____	
(122) <input type="checkbox"/> Levadas	(129) _____	
8. Participação na conservação/preservação ambiental		
(130) <input type="checkbox"/> Nenhuma	(136) <input type="checkbox"/> Educação ambiental aos clientes:	
(131) <input type="checkbox"/> Voluntária	(134.1) <input type="checkbox"/> Antes da saída	
(132) <input type="checkbox"/> Obrigatória	(134.2) <input type="checkbox"/> Durante a saída e passiva	
(133) <input type="checkbox"/> Periódica	(134.3) <input type="checkbox"/> Durante a saída e interativa	
(134) <input type="checkbox"/> Financeira:	(137) <input type="checkbox"/> Educação ambiental às populações locais (colóquios, escolas,...)	
Média anual de _____ euros	(138) <input type="checkbox"/> Campanhas de limpeza e de manutenção com os clientes	
(135) <input type="checkbox"/> Indireta:	(139) <input type="checkbox"/> Campanhas de limpeza e de manutenção com os locais (população e/ou serviços públicos)	
Imposto _____ de _____ euros/ano		
9. Certificação ambiental da empresa		
(140) <input type="checkbox"/> Sim, pelo(s) _____ ; _____		
(141) <input type="checkbox"/> Não, mas em fase de candidatura ao _____		
(142) <input type="checkbox"/> Não		
9.1. Importância da certificação ambiental		
(143) <input type="checkbox"/> Sem interesse	(146) <input type="checkbox"/> Aumenta o grau de competitividade	
(144) <input type="checkbox"/> Garantia de qualidade ao cliente	(147) <input type="checkbox"/> Uma moda a nível global	
(145) <input type="checkbox"/> Vende mais	(148) <input type="checkbox"/> Garantia preço/qualidade ao cliente	
10. Transporte(s) utilizado(s)		
(149) <input type="checkbox"/> Público	(150) <input type="checkbox"/> Alugado	(151) <input type="checkbox"/> Próprio da empresa

11. Equipamento(s)	
(152) <input type="checkbox"/> Acessível no mercado regional (153) <input type="checkbox"/> Maioria comercializado no Continente	(154) <input type="checkbox"/> Maioria importado da Europa (155) <input type="checkbox"/> Maioria importado
12. Publicidade e marketing	
(156) <input type="checkbox"/> Audiovisuais (rádio e TV) (157) <input type="checkbox"/> Imprensa escrita (jornais, revistas,...) (158) <input type="checkbox"/> Internet (159) <input type="checkbox"/> <i>Outdoors</i> (160) <input type="checkbox"/> Feiras e eventos de promoção turística: (158.1) <input type="checkbox"/> Regionais (158.2) <input type="checkbox"/> Nacionais (158.3) <input type="checkbox"/> Internacionais	(161) <input type="checkbox"/> Panfletos/brochuras disponíveis em: (159.1) <input type="checkbox"/> Agências de viagens (159.2) <input type="checkbox"/> Postos de informação turística (159.3) <input type="checkbox"/> Alojamentos (hotéis, pousadas,...) (159.4) <input type="checkbox"/> Restaurantes (159.5) Outro(s): _____ (159.6) _____ (159.7) _____
12.1. Timing	
(162) <input type="checkbox"/> Periódica; _____ (163) <input type="checkbox"/> Frequente; _____ vezes por ano (164) <input type="checkbox"/> Muito frequente; _____ vezes por ano	12.2. Mercado(s) (165) <input type="checkbox"/> Local (166) <input type="checkbox"/> Nacional (o restante território) (167) <input type="checkbox"/> Internacional
13. Cinco (5) itens relevantes da contribuição da empresa para o desenvolvimento sustentável da ilha da Madeira (numerar por ordem crescente, atribuindo 1 ao menos valorizado e 5 ao mais valorizado)	
(168) <input type="checkbox"/> Apóia a conservação da natureza (169) <input type="checkbox"/> Associa elevado rendimento a turismo de pequena escala (170) <input type="checkbox"/> Aumenta as áreas protegidas naturais (171) <input type="checkbox"/> Baixa o consumo de água e de energia (172) <input type="checkbox"/> Melhora o controlo sobre impactos ambientais negativos (173) <input type="checkbox"/> Cria postos de trabalho aos locais (174) <input type="checkbox"/> Desenvolve as áreas rurais (175) <input type="checkbox"/> Diminui a utilização de recursos naturais (176) <input type="checkbox"/> Envolve os organismos locais na monitorização e avaliação dos impactos (177) <input type="checkbox"/> Respeita as especificidades sociais e culturais das comunidades locais (178) <input type="checkbox"/> Promove a equidade social	(179) <input type="checkbox"/> Adiciona fonte de rendimento alternativa ao uso intensivo do solo agrícola (180) <input type="checkbox"/> Gera rendimentos às populações locais (181) <input type="checkbox"/> Intensifica o interesse científico sobre espécies indígenas e endémicas (182) <input type="checkbox"/> Altera comportamentos e atitudes dos locais sobre o ambiente (183) <input type="checkbox"/> Modifica comportamentos e atitudes dos turistas sobre o ambiente (184) <input type="checkbox"/> Promove educação ambiental aos locais (185) <input type="checkbox"/> Fomenta o voluntariado para a preservação do meio ambiente (186) <input type="checkbox"/> Providencia doações para a conservação da natureza (187) <input type="checkbox"/> Reduz a produção de resíduos sólidos urbanos
13.1. Proposta(s) para tornar a atividade da empresa mais sustentável na Região Autónoma da Madeira	
_____ _____ _____ _____ _____	

Obrigado por toda a disponibilidade e colaboração.

A 3.4

O presente questionário insere-se no âmbito de uma investigação em curso, a cargo de Maria João Freitas, para dissertação de mestrado em Gestão do Território na área de especialização 'Território e Desenvolvimento', pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. O título do projeto é 'Caracterização e avaliação do ecoturismo na ilha da Madeira numa perspetiva de desenvolvimento sustentável'.

Os dados são confidenciais e serão analisados numa perspetiva científica.

A participação é voluntária. O inquirido é livre de responder às questões que entender e de desistir a qualquer momento.

Nome do inquirido (facultativo): _____

1. Data de aplicação: / /2012 3. Funções do inquirido: vereador 4. Género: <input type="checkbox"/> feminino <input type="checkbox"/> masculino 5. Idade: <input type="checkbox"/> 18 – 25; <input type="checkbox"/> 26 – 41; <input type="checkbox"/> 42 – 55; <input type="checkbox"/> ≥ 56 6. Habilitações:	2. Meio utilizado: (2.1) <input type="checkbox"/> presencial e gravada (2.2) <input type="checkbox"/> presencial e registo manual (2.3) <input type="checkbox"/> telefone (2.4) <input type="checkbox"/> e-mail
--	--

(A) Qual a importância/peso do turismo sobre a totalidade das atividades económicas desenvolvidas no Concelho?

(B) Que noção a Câmara tem sobre a percentagem ou peso da população ativa direta e indiretamente ligada ao turismo?

(C) Que tipos de turismo são mais comuns no Concelho?

(D) Existe algum padrão de sazonalidade na procura do Concelho pelos diferentes tipos de turismo?

(E) Quais são os locais/atrações turísticas mais procurados no Concelho?

(F) Identifique as atividades económicas, sociais e culturais ligadas ao turismo no Município.

(G) Quais são os problemas do Município que a atividade turística tem ajudado a solucionar?
(H) Qual é o plano estratégico para o turismo no Concelho?
(I) Quem participou na definição desse plano estratégico?
(J) Existem parcerias públicas/privadas com vista a apoios e desenvolvimento do turismo no Município?
(K) Existe articulação com a Secretaria Regional da Cultura, Turismo e Transportes? Se sim, em que sentido?
(L) O Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira (POT) define, até 2012, a oferta temática a explorar por áreas geográficas, associada a recursos endógenos. Para _____ ¹ está a estabelecido o tema 'Na rota do açúcar'. Que tipos de turismo têm surgido em função desta máxima?
(M) Que campanhas o Município tem promovido ou participado para apresentar aquela oferta temática?
(N) _____ ¹ poderia ser referenciada por outros recursos endógenos? Quais? Em que medida a Câmara tem promovido essas potencialidades?
(O) O ecoturismo é um segmento a ter em conta para o futuro do turismo no Município? Ou já o é?

¹ Nome do Concelho

(P) Quais são os princípios a respeitar no desenvolvimento do ecoturismo?
(Q) Quais são as atividades típicas do ecoturismo?
(R) Como é que se deve oferecer/proporcionar o ecoturismo?
(S) Quais são os resultados pretendidos com o ecoturismo?
(T) Pode caracterizar o ecoturismo praticado ou possível de praticar no Concelho?
(U) E o turismo verde e turismo sustentável?

Obrigado por toda a disponibilidade e colaboração.

A 3.5

O presente questionário inserir-se no âmbito da investigação em curso a cargo de Maria João Freitas para dissertação de mestrado em Gestão do Território, na área de especialização ‘Território e Desenvolvimento’, pela Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa. O título do projeto é ‘Caracterização e avaliação do ecoturismo na ilha da Madeira numa perspetiva de desenvolvimento sustentável’.

Nome do inquirido: (facultativo)

1. Data de aplicação: ____ / ____ /2012

3. Funções do inquirido: _____

4. Género: ☐ feminino ☐ masculino

5. Idade: ☐ 18 – 29 ☐ 30 – 44 ☐ 45 – 59 ☐ ≥ 60

6. Habilitação: _____

2. Meio utilizado:

(2.1) ☐ presencial e gravada

(2.2) ☐ presencial e registo manual

(2.3) ☐ telefone

(2.4) ☐ e-mail

(A) Quais são os tipos de turismo mais comuns na ilha da Madeira?

(B) Qual é a atual percentagem ou peso da população ativa direta e indiretamente ligada ao turismo?

(C) Quais são os problemas da ilha da Madeira que a atividade turística tem ajudado a solucionar?

(D) Qual é o plano estratégico para o turismo na ilha da Madeira (Região)? O Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma da Madeira (POT) ainda é válido?

(E) Quem participa na definição desse plano estratégico? A administração local é ouvida? Quais são os *stakeholders* chamados a colaborar?

(F) Existem parcerias público-privadas com vista a apoios e ao desenvolvimento do turismo na Região?

(G) O POT define, até 2012, a oferta temática a explorar por áreas geográficas associadas a recursos endógenos. Até que ponto cada uma dessas ofertas está a ser explorada pelos respetivos concelhos?

(H) Não há sobreposição, duplicação ou apropriação da oferta temática, por exemplo, quando ‘a porta da Laurissilva’ atribuída ao Porto Moniz se revê na máxima criada por S. Vicente ‘no coração da Laurissilva’?

(I) O ecoturismo é um segmento a ter em conta para o futuro do turismo da Região? Ou já o é?

(J) Que campanhas a Região tem promovido ou participado para apresentar, especificamente, aquele turismo? Já utilizou o vocábulo ‘ecoturismo’ nas suas campanhas? Porquê?

(K) Quais são os princípios a respeitar para o desenvolvimento do ecoturismo na ilha da Madeira?

(L) Quais são as atividades típicas do ecoturismo visíveis na ilha da Madeira, ou que possam vir a ser implementadas?

(M) Como é que se deve oferecer/proporcionar o ecoturismo na ilha?

(N) Que resultados se podem pretender com o ecoturismo na ilha da Madeira?

(O) Pode caracterizar o ecoturismo praticado ou possível de praticar na ilha?

(P) E o turismo verde e turismo sustentável?

(Q) Qual a importância da certificação ambiental para as empresas associadas à atividade turística?

Muito obrigada por toda a disponibilidade e colaboração.

A 4.1

Quadro A4.1 Propostas dos guias para tornar a atividade turística, baseada na natureza, mais sustentável, ordenadas em função dos princípios do ecoturismo.

Princípios do ecoturismo	Propostas dos guias
A. Baseado na natureza	<ul style="list-style-type: none"> – Promover a atividade física em ambientes ecológicos. – Manter as ‘levadas’ transitáveis, trilhos e caminhos para que o turista possa sentir a natureza na sua plenitude. – Proteger os caminhos pedestres em terra batida e/ou calçada. – Valorizar mais a natureza em detrimento do betão.
B. Preservação/conservação	<ul style="list-style-type: none"> – Consciencializar a população e a classe política para a importância da preservação da natureza e, consequentemente, manter a atividade turística na ilha. – Criar condições específicas para a preservação da fauna e flora madeirense; eliminar as ervas daninhas; maior informação sobre a importância da Laurissilva. – Os ‘levadeiros’, os agricultores e os guardas florestais deveriam limpar as ‘levadas’ e os percursos pedonais. – Proceder à recolha de lixo/resíduos; colocar baldes de lixo no princípio e fim dos passeios; colocar, em determinados locais da ilha, sanitários portáteis ecológicos. – Controlar o caudal de água nas ‘levadas’ de forma a evitar o seu esvaziamento. – Fornecer aos turistas recipientes para os cigarros e papel higiénico e outros materiais de higiene pessoal. – Definir a capacidade de carga dos trilhos; reduzir o número de turistas por grupo: máximo de 15 pessoas. – Aproveitar uma estrutura existente para a recuperação de aves, tartarugas e cetáceos. – Colocar placas informativas no início dos percursos com informação relativa à proibição de cortar plantas. – Envolver os turistas em ações ambientais como, por exemplo, na reflorestação das áreas afetadas pelos incêndios e manutenção de veredas.
C. Educação ambiental	<ul style="list-style-type: none"> – Educar para uma maior ‘consciencialização ecológica’; formar em educação ambiental. – Delimitar as áreas do mar geralmente utilizadas para a observação de aves e cetáceos, mergulho, big game fishing. – Criar uma bandeira para distinguir os barcos de empresas qualificadas em observação de cetáceos/aves marinhas.
D. Ética/responsabilidade	<ul style="list-style-type: none"> – Parar com a construção civil desenfreada na ilha da Madeira; repensar o nosso planeamento urbano, especialmente na costa marítima, que está sobrecarregada. – Colocar pessoas a vistoriar os trilhos, a apoiar a atividade turística e a fazer cumprir os regulamentos; fiscalizar, de forma mais efetiva, as empresas marítimas-turísticas.

Princípios do ecoturismo	Propostas dos guias
D. Ética/responsabilidade	<ul style="list-style-type: none"> – Impedir a atividade de guias sem creditação para a atividade na natureza e fiscalizar as empresas que trazem grupos à ilha. – Implementar o regulamento de observação de cetáceos na ilha da Madeira. – Garantir a segurança nos percursos; verificar os varandins; reequacionar o tamanho dos degraus porque alguns são estreitos e escorregadios; dotar as levadas de vigilância; focalizar a intervenção em áreas potencialmente perigosas.
E. Promoção/distribuição de benefícios	<ul style="list-style-type: none"> – Promover a formação contínua dos guias e condutores de turismo. – Promover melhor a ilha da Madeira no estrangeiro; apostar na publicidade e campanhas, sobretudo nas feiras de turismo; utilizar imagens das paisagens da ilha; fazer-se acompanhar por guias de natureza e botânicos/geólogos. – Evitar o turismo de massas; praticar uma boa relação custo/qualidade. – Formar, profissionalmente, os agentes de turismo; exigir uma melhor apresentação, em termos de vestuário, dos guias. – Realizar o levantamento dos percursos existentes na costa norte. – Maior controlo sobre os caminheiros individuais. – Aplicar o princípio do utilizador – pagador nos percursos recomendados, revertendo as verbas para a recuperação dos trilhos e visando uma melhoria das condições dos transeuntes. – Apoiar o turismo rural; providenciar estacionamento para os veículos associados à atividade turística. – Controlar todos os operadores no sector turístico (muitos de origem estrangeira, operando na clandestinidade). – Controlar a qualidade do serviço prestado e da competência (formação) do pessoal ativo. – Promover a formação de quadros da região qualificados para podermos prestar um serviço de qualidade e dispensar trabalhadores precários sazonais estrangeiros. – Apoiar e incentivar as empresas para colaborarem em estudos científicos no âmbito do ‘ecoturismo’. – Descentralizar os percursos criando um maior aproveitamento das potencialidades da ilha e reduzindo o índice de carga. – Extinguir alguns organismos públicos que são sugadores de financiamentos comunitários.
F. Não contemplado	<ul style="list-style-type: none"> – Iluminar os túneis, como por exemplo, o do Rabaçal.

A 4.2

Quadro A4.2 Propostas das empresas de animação turística-ambiente para tornar a atividade turística, baseada na natureza, mais sustentável, ordenadas em função dos princípios do ecoturismo.

Princípios do Ecoturismo [†]	Propostas das Empresas
A. Baseado na natureza	<ul style="list-style-type: none"> – Evitar a construção de mais hotéis. – Criar um ecoparque e recifes artificiais através do afundamento de embarcações.
B. Preservação/conservação	<ul style="list-style-type: none"> – Limpar e lavar os locais de atracagem das embarcações. – Desenvolver projetos conjuntos com pescadores locais em termos de limpeza do mar; conservar as ‘levadas’; proteger as florestas dos fogos; adquirir um helicóptero. – Reverter o contributo das empresas para a plantação de árvores e limpeza das florestas.
C. Educação ambiental	<ul style="list-style-type: none"> – Consciencializar a população local para a extrema importância da conservação da biodiversidade. – Maior informação sobre a fauna e flora, nos locais dos passeios/percursos; estimular a população local para este tipo de atividade.
D. Ética/responsabilidade	<ul style="list-style-type: none"> – Fiscalização à atividade clandestina (empresas, guias e motoristas) e fazer cumprir os regulamentos. – Promover a formação das pessoas que trabalham neste tipo de turismo. – Eliminar a burocracia em torno da abertura de uma agência. – Disponibilizar aos guias, via serviços florestais e proteção civil, informação sobre as derrocadas, deslocação de terras e condições dos percursos. – Criar uma taxa para as ‘levadas’; deixar de perseguir os jipes e regulamentar esta atividade.
E. Promoção/distribuição de benefícios	<ul style="list-style-type: none"> – Melhorar as infraestruturas e realizar a manutenção do marítimo-turístico, através da participação dos privados; aumentar o número de cais na ilha; abrir as acessibilidades a certos espaços náuticos; alterar a legislação para permitir o desenvolvimento de atividades como, por exemplo, as bicicletas acima dos 1000 metros de altitude. – Eliminar o ISP no Porto de Recreio da Calheta; baixar a carga fiscal; reduzir o número de empresas e aumentar a qualidade. – Aumentar o apoio, financeiro e logístico, às empresas; regulamentar os preços das atividades; apostar no turismo mais jovem; na animação nos hotéis; nos produtos inovadores. – Apostar na divulgação da ilha em termos de turismo de natureza; aumentar as promoções do tipo ‘Madeira Nature Festival’; divulgar a região em canais televisivos como, por exemplo, o Eurosport; participar em feiras internacionais; promover o mergulho na ilha da Madeira em revistas da especialidade, como por exemplo a <i>Unterwasser</i>; promover a Madeira nas chegadas ao aeroporto; baixar o preço dos bilhetes de avião; divulgar os arraiais da Madeira; levar o turista a participar na confeção do bolo do caco, espetada e poncha.
F. Não contemplado	<ul style="list-style-type: none"> – Perceber porque é que as pessoas vêm à Madeira.